الإعلام والهجرة
الى العصر الرقمي





الإعلام

والهجرة إلى العصر الرقمي

الإعلام

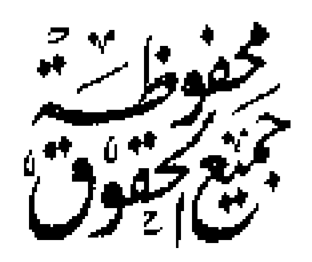
والهجرة إلى العصر الرقمي

تأليف

الأستاذ الدكتور
حارث عبود

الأستاذ الدكتور
مزهر العاني





رقم التصنيف : 203,23

المؤلف ومن هو في حكمه : عبود، خلف.

عنوان الكتاب : الإعلام والهجرة الى العصر الرقمي.

رقم الإيداع : 2014/5/2303

الواصفات : /الإعلام// الإتصال الجماهيري/

بيانات الناشر : عمان – دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

(ردمك) ISBN 978-9957-32-854-2

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية.

الطبعة الأولى 2015-1436هـ



دار الحامد للنشر والتوزيع

الأردن - عمان - شفا بدران - شارع العرب مقابل جامعة العلوم التطبيقية

هاتف 1081 5231 6 962+ فاكس 5235594 6 962+

ص.ب. (366) الرمز البريدي (11941) عمان – الأردن

www.daralhamed.net

E-mail : daralhamed@yahoo.com

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

﴿وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ﴾

صدق الله العظيم

[يوسف :76]

المحتويات

المقدمة

بين العديد من المؤتمرات العلمية المهمة التي أقامها اتحاد الإذاعات العربية خلال ربع القرن المنصرم حول الإعلام العربي وتقنيات الاتصال المعاصرة، يبرز مؤتمران جديران بالمراجعة والتأمل: أولهما عقد في 1990 في القاهرة لمناقشة "الإعلام العربي والبث المباشر"، خلص فيه الباحثون إلى أن ليس أمام العرب غير طرق ثلاث للتعامل مع التحولات الكبيرة والسريعة في تقنيات الإعلام وهي:

مواجهته والتصدي له، أو مجاراته والانقياد إليه، أو مواكبته وقبول تحدياته وكانت قناعة الجميع هي **قبول التحدي الحضاري** بما يعبر عن قدرة الأمة على التعامل مع مستجداته هو الخيار الوحيد أمام العرب.

أما المؤتمر الثاني فقد أقامه عام 1995 مركز بحوث المستمعين والمشاهدين التابع للاتحاد، والذي كان مقره بغداد، تحت عنوان "الإعلام، التربية، المستقبل"، وخرج بخلاصة مفادها أن ضرورات التطور المعاصر تقتضي التمسك باثنتين:

الأصالة والمعاصرة وهي في النهاية قبول للتحدي الحضاري ذاته، إذ إن التمسك بالأصالة دون المعاصرة يعني إغلاق الباب أمام رياح التغيير والتطور. كما إن التمسك بالمعاصرة دون الأصالة تفريط بتاريخ الأمة وخصائص شخصيتها الحضارية.

وفي الحالتين، فإن هذا الخيار هو الأكثر صعوبة بين الخيارات المطروحة، لأنه ببساطة يتطلب تشكيل الوعي القائم على أساس متغيرات العصر الجديدة، وإعادة تنظيم قدرات الأمة وتفجير طاقاتها بالتفاعل مع الأمم الأخرى، في وقت تعيش الأمة واحدة من أكثر مراحل تاريخها تفككا وضعفا.

والحق أن هذه ليست قضية العرب وحدهم، إنما هي قضية كل الأمم التي وجدت نفسها في موقع **المستهلك** لثقافة الدول المتقدمة صناعيا، **المستخدم** لما تبثه

من معلومات وقيم وأنماط سلوك، التابع لما تفرضه من خرائط ذهنية واتجاهات فكرية.

لقد تسببت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على مدى العقود الثلاثة الماضية في تقسيم المجتمعات البشرية في العالم إلى ثلاث فئات:

- فئة أغمضت عينيها عما يجري من تحولات في البيئة الاتصالية، وأدارت ظهرها للتطورات المتجددة في هذا الحقل، واكتفت ببقايا ما توفره التكنولوجيا التقليدية من معارف وخبرات.
- فئة هاجرت إلى العصر الجديد القائم على تكنولوجيا العصر، وأتقنت بعض مهارات التعامل مع مبتكراته الرقمية، لكنها لم تزل تفكر طبقا لوعيها التقليدي، وتتعامل مع الواقع المعاصر بكثير من الحذر والتردد.
- فئة انتقلت بوعيها كله وانتمائها إلى العصر الجديد، واندفعت بقوة للاندماج كليا مع معطياته التقنية دون الالتفات إلى الخلف، حتى باتت جزءا أصيلا من مكونات بيئته الجديدة.

فإذا استثنينا الفئة الأولى التي آثرت القطيعة مع تكنولوجيا العصر، فإن الفئتين الأخريين، المهاجرة والأصيلة، وجدتا نفسيهما في لجة صحراء من الرمال المتحركة، يسمونها العصر الرقمي، أو تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، أو الحضارة الرقمية، أو المجتمع الإلكتروني...وتسميات عديدة أخرى، تخفي من المجهول أكثر مما تظهر من المعلوم، لكنها الطريق الوحيدة التي لابد منها للعبور إلى المستقبل.

فصحراء الرمال المتحركة غزيرة الرمال، كغزارة البيانات والمعلومات التي تخزنها تكنولوجيا العصر الرقمية، وتصنفها، وتنظم تداولها بين الناس.

وصحراء الرمال المتحركة دائمة التغيّر، لا يكاد يستقر مشهد كثبانها أمام عينيك حتى تمتد يد الريح لتغير معالمه، على نحو يمسح ما استقر منه في ذاكرتك. والتكنولوجيا الرقمية كذلك؛ دائمة التغير والتبدل والتجدد.

وصحراء الرمال المتحركة مترامية الأطراف، لا تستطيع الإحاطة بنهاياتها، تماما كتكنولوجيا العصر الرقمي، لا حدود لإمكاناتها ومدياتها.

وصحراء الرمال المتحركة موحية بالأحلام، مفجرة للخيال، كما التقنية المعاصرة التي تضع بين يديك عوالم افتراضية لا متناهية، ينطلق فيها لسان الحيوان بلغة بليغة، وترقص فيها البحار والشوارع على نحو عجيب خارج حدود الزمان والمكان.

وصحراء الرمال المتحركة ضياع في الظلام لمن لا يحسن حساب النجوم، وفي النهار سراب يخطف الأبصار، تماما كتكنولوجيا العصر الرقمية التي لا يحسن التعامل معها إلا من أتقن مهاراتها وأحسن التعامل مع أدواتها.

وصحراء الرمال المتحركة بدوية الأخلاق، تساوي بين الأفراد في الحقوق والواجبات، وتكنولوجيا العصر تمنح الجميع فرص الاستعلام والتعلم والتواصل دون تمييز في الدين أو العرق أو المذهب أو اللون.

وصحراء الرمال المتحركة تعج بقطاع الطرق، وتحفل بمن يمتلك القوة ويعشق التسلط، وتكنولوجيا العصر هذه هي طوع إرادات أصحاب السطوة والقوة والمال، حتى غدت في أيديهم "أسلحة صامتة لحروب هادئة" تمزق بها نسيج حضارات عريقة، وتحصد بها آمال شعوب مشروعة.

وصحراء الرمال المتحركة لا تزدهر فيها المجتمعات الكبيرة المستقرة، بل مجتمعات صغيرة متحركة دائمة التشكل والترحال، تماما كما تنشئ التكنولوجيا الرقمية مجتمعاتها الافتراضية محلقة في أثير العالم ، بل و داخل بيوتنا أيضا، دون أن نعلم من أمرها شيئا.

وصحراء الرمال المتحركة، بعد كل هذا وذاك، فضاء متجانس تلغى فيه الفوارق، وتتسطح فيه الأشياء والقامات، وتمحى فيه فرادة الخصائص وتميزها، تماما كما يفرض العصر الرقمي ثقافته العولمية بكل سطحيتها ومحدوديتها.

****

الكتاب الذي بين يدي قارئنا الكريم محاولة لاستكشاف بعض مجاهل تلك الأجواء المترعة بالأحلام والمخاوف والأسرار، مما يتصل بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، أبرز مظاهر عصرنا الحديث، وعلاقتها بأكثر قضايا الإعلام ومشكلاته المعاصرة جدلا، في ظل التحولات الكبيرة التي يشهدها هذا الميدان، وما تشهده أدواته وتطبيقاته من تطور مثير للدهشة. وهو كتاب يستهدف جمهور القراء بصورة عامة، لكنه يخاطب على وجه الخصوص طلبة الدراسات العليا والأولية في حقول الاتصالات، والإعلام، وعلم الاجتماع، والتربية، والإدارة، وأنظمة المعلومات، إلى جانب دارسي تقنيات الحاسوب والانترنت والموبايل، وتأثيرات هذه التقنيات في حياتنا المعاصرة.

المؤلفان

آب 2013

عمان – الأردن

الفصل الأول

مداخل عامة

يتوقع من القارئ الكريم أن يكون قادرا في نهاية هذا الفصل على أن:

1) يوضح العلاقة بين مفهومي الاتصال والإعلام.
2) يذكر المراحل التاريخية التي ظهرت فيها أهم وسائل الاتصال قبل ظهور الحاسوب والإنترنت.
3) يوضح الفرق بين الحاسوب والإنترنت.
4) يعدد عناصر عملية الاتصال.
5) يبين العلاقة التفاعلية بين عناصر عملية الاتصال.
6) يحدد عددا من المعايير التي تمكننا من قياس فاعلية الوسيلة الإتصالية في أداء مهمتها الإعلامية.
7) يذكر أهم التقنيات المستخدمة في التواصل عبر الإنترنت.
8) يصف أهم ملامح الواقع الإعلامي في مرحلة ما قبل الحاسوب والإنترنت.
9) يصف أهم ملامح الواقع الاتصالي في عصر الحاسوب والإنترنت.
10) يعدد أهم تقنيات الاتصال في مرحلة ما قبل الحاسوب والإنترنت.
11) يعدد أهم تقنيات الاتصال في عصر الحاسوب والإنترنت؟
12) يبين أهم خصائص الوسائل الاتصالية التي سبقت الحاسوب والإنترنت وأعقبتهما.
13) يقارن بين البيئة الاتصالية والإعلامية في مرحلة ما قبل الحاسوب والإنترنت وما بعدها.

مداخـــل عامـــة

ثنائيتان:

لأن هذا المؤلف وضع أساسا ليكون مرجعا أكاديميا لطلبة الجامعات والمعاهد المتخصصة في مراحلها الأولية والعليا، فإن من المفيد أن نرسم منذ البداية حدود ثنائيتين أساسيتين تردان كثيرا عبر فصول المؤلف، ويكثر في الأدبيات المتخصصة وغير المتخصصة على حد سواء الخلط في تعريفهما وتفسير ماهيتهما وميدان اشتغالهما وهما:

- **الاتصال والإعلام**
- **الحاسوب والإنترنت**

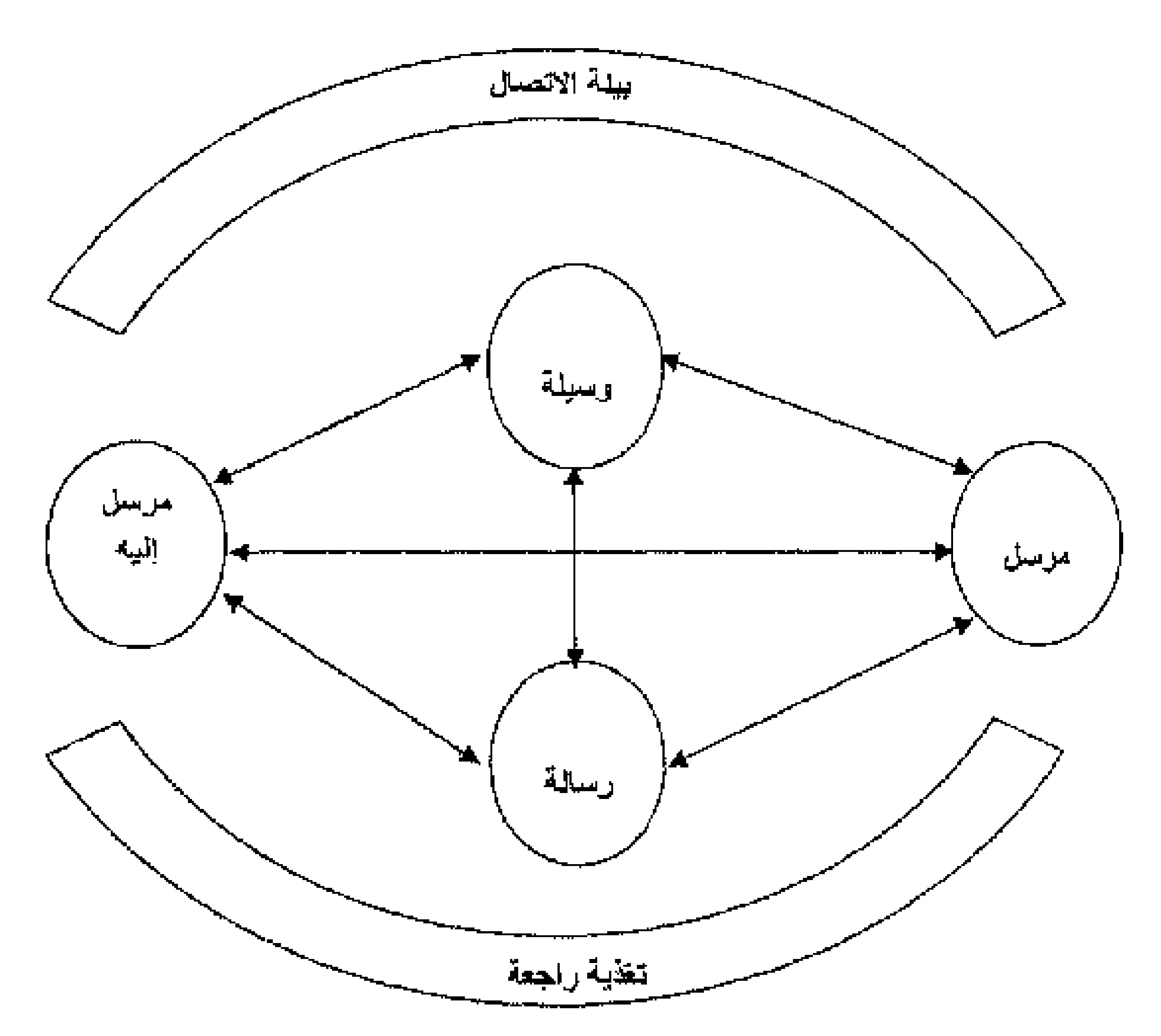
الاتصال والإعلام:

الاتصال – لأغراض هذا المؤلف – هو نشاط اجتماعي إنساني يتم فيه تبادل الأفكار والمعارف والخبرات والقيم والاتجاهات والمهارات بين الناس. هذا النشاط يتطلب وجود ستة عناصر أساسية كل منها يؤثر في بقية العناصر ويتأثر بها بصورة أو بأخرى:

- قائم بالاتصال (مرسل).
- خطاب أو رسالة ذات محتوى محدد.
- وسيلة يتم عن طريقها إيصال الرسالة.
- متلقي (مرسل إليه) يمثل الجهة التي يستهدفها المرسل.
- ظروف مناسبة (بيئة اتصال) تساعد هذا النشاط على أن يحقق أغراضه.
- تغذية راجعة تعين المرسل على معرفة رد فعل المتلقي.

وعلى هذا الأساس فالاتصال عملية لها أركانها وشروطها كما هو موضح في الشكل (1)، ولها آلية اشتغال تتحكم في قدرتها على أداء مهمتها بحسب هدف كل

طرف من أطرافها، مما يقتضي مد جسور التواصل مع الآخرين وتحقيق الفهم المشترك لقضاياهم وانشغالاتهم. ولأن ما يعنينا من هذا النشاط هو بعده الإنساني، فإن الاتصال الذي نتحدث عنه في هذا المؤلف يشترط أن يكون طرفا عملية الاتصال عاقلين، بعيدا عن أشكال الاتصال الأخرى التي ربما يتسنى لنا تناولها في كتاب آخر، كالاتصال مع الذات، أو اتصال المرء بخالقه، أو اتصال العاقل بغير العاقل، أو الاتصال بين طرفين غير عاقلين.



الشكل (1) تفاعل عناصر عملية الاتصال[1]

---

[1] حارث عبود (2007). الحاسوب في التعليم. عمّان: دار وائل للنشر والتوزيع.

إن ما ينتج عن عملية الاتصال مرتبط بهدف المرسل ومحتوى رسالته، وبطبيعة الجمهور الذي يخاطبه. فقد يكون هدف الاتصال ونتاجه تعلما أو متعة أو تحريضا أو تفاهما، وقد يكون إعلاما وإخبارا وإشهارا وإطلاعا للمتلقي على أمر أو خبر أو حدث أو غير ذلك. ومن هنا فإن الإعلام ليس رديفا في المعنى لمفردة الاتصال، كما يرد في بعض الأدبيات، إنما هو ناتج من نواتج عملية الاتصال، هدفه إطلاع المتلقي على أمر ما، كما يحدث في إذاعة الأخبار ونشر الوقائع لإطلاع الجمهور. كما إن وسائل الاتصال كالإذاعة والتلفزيون والصحيفة وغيرها ليست بالضرورة وسائل إعلامية وحسب، إنما يمكن أن تكون وسائل تعليم وتعريف وإعلام وإمتاع وعلاج نفسي وتنمية، بل وأدوات للتفاهم و التقارب أو التناحر والتنازع بين المجتمعات أيضا. وعلى هذا فإن من الممكن القول بأن كل ما شهدته البشرية من منجزات ومبتكرات وتجاذبات وحروب، وما وصلنا من آداب وعلوم وفنون عبر التاريخ والجغرافيا إنما هو من نتائج عمليات اتصال وتفاعل معقدة وشاملة ومتواصلة بين البشر.

وبقدر تعلق الأمر بموضوع هذا الكتاب، ولكي نتمكن في الفصول اللاحقة من معرفة قوة الإنترنت كوسيلة اتصال في الميدان الإعلامي مقارنة بالوسائل الأخرى التي ما تزال قيد الاستخدام، فإن من المفيد أن نحدد معيارا أوليا يعيننا في قياس مقدار فاعلية أية وسيلة في أداء مهمتها الإعلامية. وفي ذلك يمكننا القول بأن قوة أية وسيلة إنما تتأتى من جملة عوامل يمكن أن نوجزها بما يأتي:

- قدرة المرسل على استخدام هذه الوسيلة بكفاءة
- مدى توفر الوسيلة وكلفتها الاقتصادية
- تعدد الوسائط التي توظفها الوسيلة في إيصال رسائل القائم بالاتصال
- مناسبة هذه الوسيلة للرسالة التي ينوي المرسل ايصالها للمتلقي عن طريقها
- قدرة الوسيلة على الوصول إلى المتلقي المقصود بدون عوائق تعرقل وصول الرسالة إليه

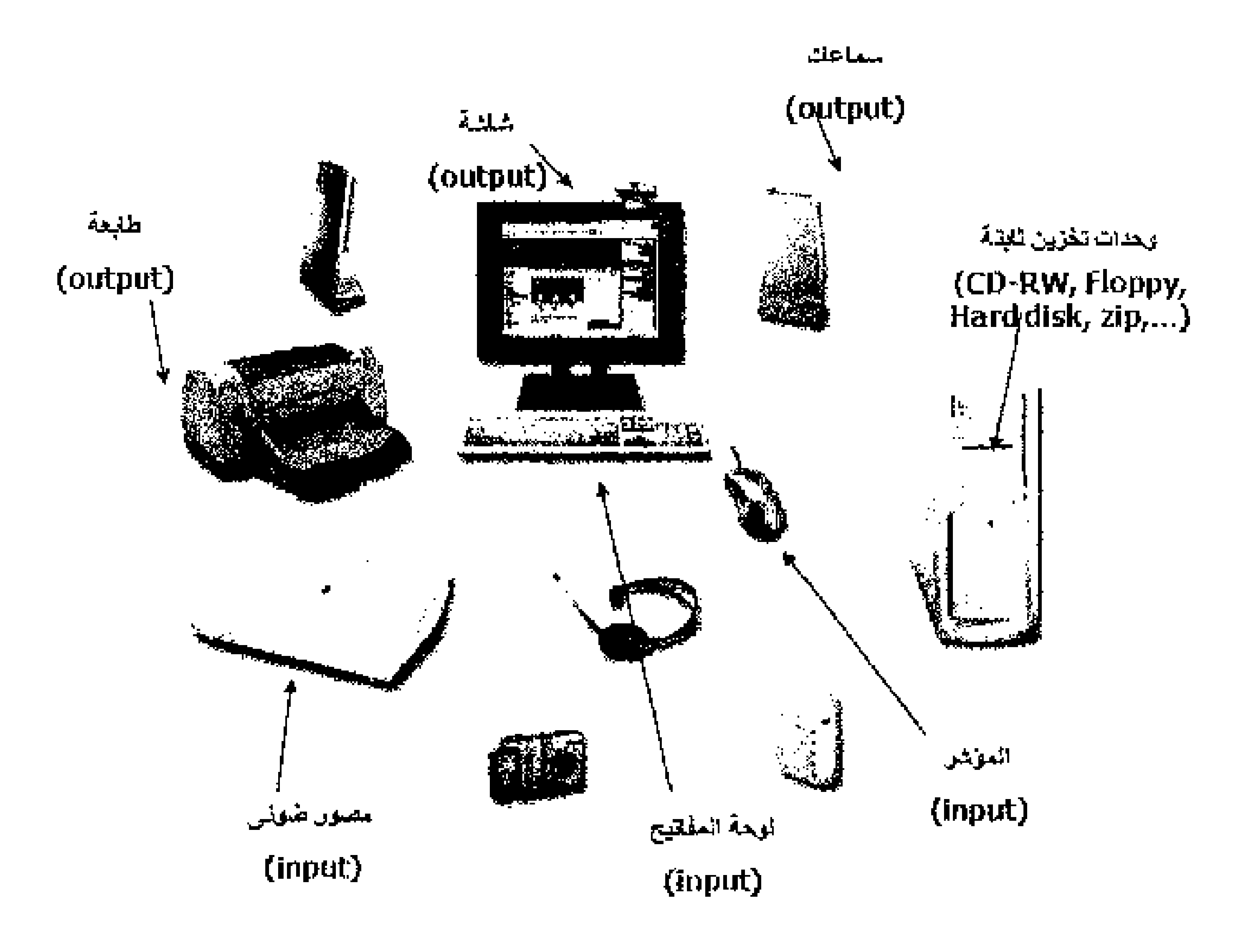
- قدرة الوسيلة على التأثير في المتلقي بالاتجاه الذي يستهدفه المرسل
- ما تتيحه الوسيلة من تنوع في العرض ووسائل التفاعل يستجيب لرغبات فئات متنوعة من المتلقين
- درجة تعامل المتلقي مع الوسيلة وقدرته على استخدامها
- مدى ما تتيحه الوسيلة من فرص التفاعل الآني بين المرسل والمتلقي
- قدرة الوسيلة على تزويد المرسل بالتغذية الراجعة عن حجم المتحقق من عملية الاتصال

الحاسوب والإنترنت:

الحاسوب جهاز إلكتروني مر على وجوده أكثر من سبعة عقود، ولكنه تطور بشكل كبير، وأصبح أداة فعالة في تسيير أعمالنا اليومية، وله تطبيقات واسعة جدا غطت مجالات الحياة كافة. والحاسوب بشكل مبسط يتكون من معالج رقمي يقوم بتنفيذ الأوامر والعمليات التي توكل اليه، ومن أجهزة الخزن التي تقوم بخزن البيانات، ومن أجهزة الإدخال والإخراج التي تقوم بإدخال البيانات وإخراجها على التوالي، كما هو موضح في الشكل (2). إن أي جهاز إلكتروني يحتوي على هذه المكونات بإمكانه أن يقابل الحاسوب، فالهاتف الخلوي مثلا هو حاسوب مصغر لانه يحتوي على المكونات نفسها، فضلا عن احتوائه على هوائي لإرسال البيانات وتسلمها، كما هو موضح في الشكل (3).

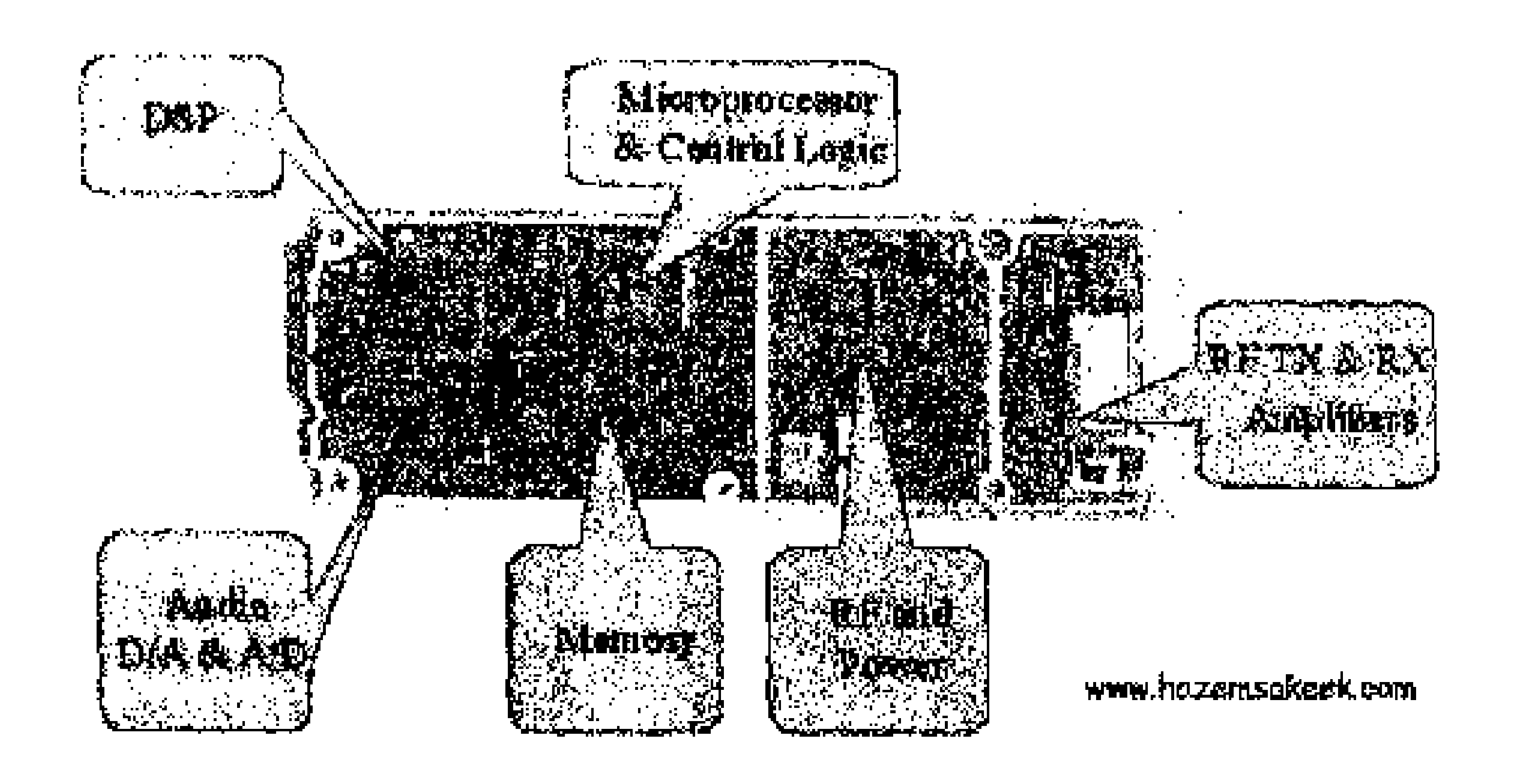
وبعد عقود من ظهور الحاسوب، وما شهدته المرحلة من تقدم تكنولوجي كبير ومتشعب لابتكار منتجات بالغة التنوع والتعقيد تعتمد تطبيقات الحاسوب والتقنية الرقمية المتقدمة التي تدخل في تفاصيل حياتنا اليومية، كالهواتف المحمولة وأجهزة التصوير المتطورة والأجهزة الطبية والهندسية وغيرها، والتي دخلت تقنية الحاسوب في تركيبها وآليات اشتغالها، فضلا عن التنوع الكبير في أجهزة الحاسوب نفسها في الأحجام والأنواع والاستخدامات المتجددة، نقول إن الحديث في هذا

المؤلف عن تقنية الحاسوب لا يعني أجهزة الحاسوب فقط إنما كل ما أشرنا إليه، وغيره كثير، من تطبيقات تقنية رقمية.



الشكل (2) مكونات الحاسوب

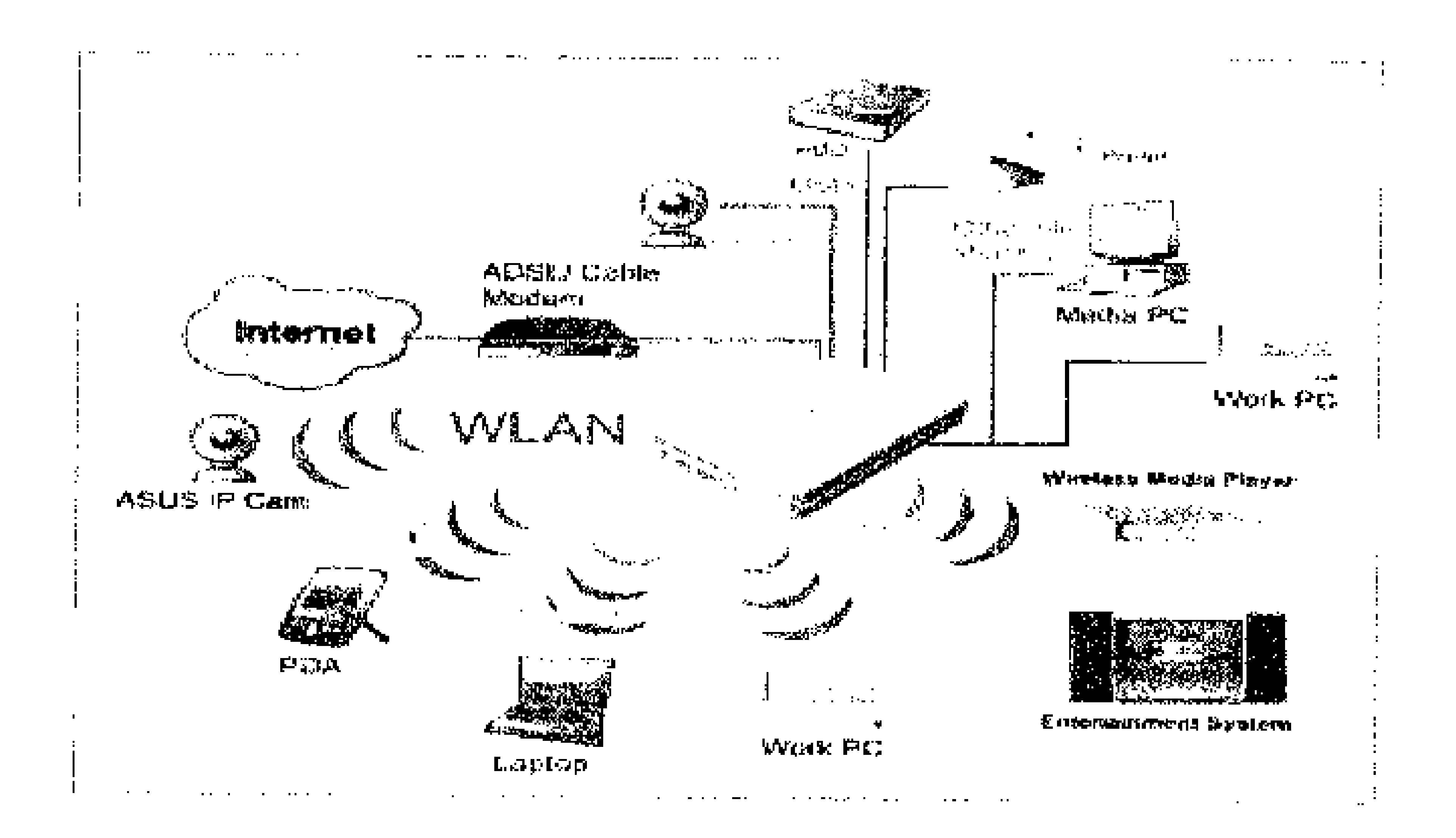
http://wwwalmarefa.blogspot.com/2010_04_03_archive.html



الشكل (3) مكونات الهاتف الخلوي

http://www.hazemsakeek.com/QandA/cell_phone_2/cell_phone_2.htm

أما تسمية الإنترنت فيقصد بها هنا كل ما يتعلق بانتقال التطبيقات الحاسوبية عبر الشبكات السلكية واللاسلكية وتبادل البيانات والمعلومات النصية والسمعية والمرئية والحركية على اختلاف أشكالها، ذلك أن شبكة الإنترنت هي وسيط شمولي معقد التركيب يمتد في تأثيراته ليشمل العالم كله بغية تسهيل تداول ذلك الكم الهائل من الرسائل المتدفقة دون انقطاع وبأشكال عدة ، والتي تنتج عن استخدام الحاسوب والأجهزة الرقمية المتنوعة التي أشرنا إليها. إن النص أو الصوت أو الصورة التي تنتج على جهاز حاسوب أو هاتف محمول، أو جهاز إرسال صوري متقدم إنما تستخدم هذه الأجهزة كوسيلة إنتاج، وتستخدم شبكة الإنترنت كوسيط اتصالي في تداول تلك الرسائل كما هو موضح في الشكل (4).



الشكل (4) مكونات الربط بالإنترنت

http://flatclassroom10-3b.flatclassroomproject.org/Wireless+Connectivity

إن الحديث عن الحاسوب والأجهزة الأخرى التي تعتمد تقنياته الرقمية ووسائطه المتعددة (النص، الصوت، الصورة، ومركباتها) هو حديث عن الاتصال في آخر حلقات التطور التقني الذي شهدته وسائله، وهو لا شك اتصال من نمط خاص له خصائصه وشروطه وآلياته، وله بيئته ومهاراته، كما له مميزاته ومخاطره أيضا.

إن دراسة عملية الاتصال والنشاط الاتصالي في عصر الحاسوب والإنترنت تكتسب أهمية خاصة بسبب اتساع تأثيرات أنماط الاتصال التي فرضتها التكنولوجيات الجديدة، ليس على مستوى التقنية كمنتج صناعي فقط، وإنما على مستوى إدراك آليات اشتغال هذه التكنولوجيات التي فرضت واقعا جديدا وبيئة افتراضية مبتكرة تتكسر عندها حدود الزمان والمكان، ويتداخل فيها المحلي والوطني والإقليمي والدولي على نحو يجعل مهمة الإعلامي في غاية الدقة

والخطورة، بل إننا نجد ، كما سنرى في بعض فصول هذا المؤلف، أن ميدان الإعلام في عصر الحاسوب والإنترنت لم يعد حكرا على المتخصصين في هذا الحقل، وأنه أصبح عرضة لاختراق الجمهور له في كثير من الأحيان.

إن الخوض المتعمق في موضوع الإنترنت والإعلام وطبيعة العلاقة بينهما يتطلب أولا فهم التطور الذي شهدته العملية الإعلامية وخصائص البيئة الاتصالية التي أنتجتها من خلال مرحلتين:

الأولى: المرحلة التي سبقت عصر الحاسوب والإنترنت

الثانية: المرحلة التي أعقبت ظهور الحاسوب والإنترنت

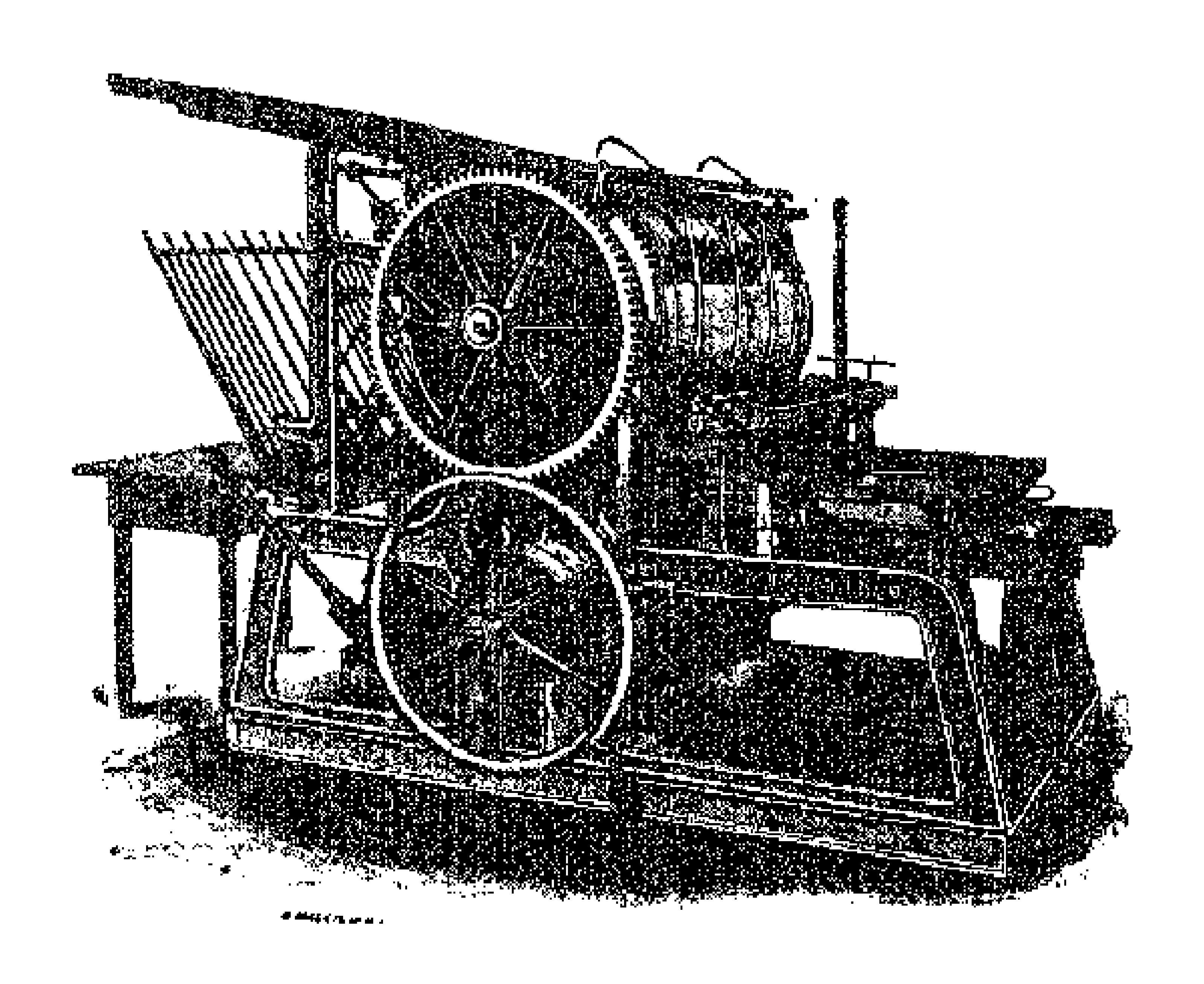
وسائل الاتصال قبل ظهور الحاسوب والإنترنت:

سنتناول هنا وسائل الإعلام الجماهيرية التي هيمنت على البيئة الاتصالية واستطاعت مخاطبة جمهور واسع بصورة غير مباشرة (عن بعد)، وذلك قبل أن يبدأ الحاسوب مع انتصاف القرن العشرين خطواته الأولى في البحث عن مكان مناسب له في هذه الساحة. وسنتناول هذه الوسائل الآن بإيجاز بحسب تسلسل ظهورها مع ذكر خصائص كل منها، متجاوزين الوسائل الإعلامية الأخرى التي وجدت في الساحة الإعلامية في مرحلة ما قبل الحاسوب لكونها وسائل إعلام مباشرة كالمسرح مثلا والخطابات الجماهيرية المباشرة للجمهور ، أو وسائل غير جماهيرية، كالهاتف والرسائل المتبادلة بين الدوائر الحكومية أو الأشخاص على سبيل المثال، كيما نستطيع لاحقا أن نجري المقارنة بين هذه الوسائل من جهة والحاسوب والإنترنت من جهة أخرى من حيث اختلاف البيئة الاتصالية والامكانات التي تتوفر عليها كل منهما، وطبيعة عملية التلقي التي يمارسها الجمهور، وطبيعة النشاط الإعلامي الذي يميز كلا منهما بوصفهما مرحلتين لكل منهما طبيعتها الخاصة:

الكتاب المطبوع:

بعد أن كان الكتاب ينسخ على ورق البردي وجلود الحيوانات في العصور القديمة مما يعيق انتشاره وتأثيره، أصبح الكتاب بعد اختراع الطباعة أسرع انتشارا وأوسع رواجاء ويؤدي مهمته الإعلامية بصورة أكثر تأثيرا في نشر أخبار الأولين وتعريفنا بسيرهم وأنماط عيشهم، ويساعد في تعريف الأمم بتراث بعضها البعض وقيمها وثقافتها وتطلعاتها. وقد ترافقت مسيرة الكتاب المطبوع مع الصحافة المطبوعة وتكاملت معها في دورها الإعلامي كما موضح في الشكل (5).

على أن الكتاب المطبوع يعد أبطأ إنتاجا وانتشارا برغم كونه أكبر أثرا وأعمق تأثيرا على مستوى تغيير الأفكار وبناء القناعات لدى الرأي العام، لكنه بالمقابل محدود التداول داخل نطاق النخب المثقفة، ولا يستجيب لرغبات فئات متعددة من القراء، وهو يستخدم النص والصورة واللون في إيصال الأفكار ويخاطب العين دون حواس المتلقي الأخرى، كما إنه يعد عالي الكلفة مقارنة بنسخة الصحيفة. بالمقابل فالكتاب وسيلة قابلة للتداول المستمر الذي قد يدوم سنوات على عكس الصحيفة التي ينتهي بريقها خلال أيام وربما ساعات. إن جميع هذه الصفات ترسم شكل التأثير المتوقع من الكتاب المطبوع، والتي يتعين أن نتذكرها عند مقارنته لاحقا بالحاسوب والإنترنت من حيث مهمتهما الإعلامية.



الشكل (5) إحدى المطابع القديمة

http://www.alhikmeh.com

الصحافة المطبوعة:

تعد الصحيفة المطبوعة أقدم وسيلة اتصال جماهيرية تخاطب المتلقي بصورة غير مباشرة (عن بعد) بعد الكتاب. وتتميز بأنها دورية الصدور يوميا أو أسبوعيا في الأقل، ومتاحة لجميع القراء، ومتنوعة الموضوعات والأبواب والأشكال بما يحقق الاستجابة لجمهور متنوع الاهتمامات والرغبات، كما إنها تعالج قضايا معاصرة لوقت صدورها. وقد ارتبط ظهور الصحافة المطبوعة في أوروبا باختراع المطبعة (الشكل 6)، وجاء نتيجة ظهور الطبقة البورجوازية في المجتمع الأوروبي، والتي كانت متعطشة لمتابعة الأخبار بما يساعدها في مزاحمة الطبقة الارستقراطية والتأثير في الحياة العامة. وهكذا صدرت صحيفة "نيوزايتنغ" في ألمانيا عام 1502،

ومجلة شهرية في مدينة البندقية الإيطالية عام 1562، ثم صدرت صحف في بلجيكا وهولندا وفرنسا وبريطانيا على التوالي[1].



الشكل (6) مطبعة صحف قديمة

http://www.esyria.sy

لقد كان لظهور الصحافة المطبوعة أثر كبير في سرعة انتشار الأخبار وتداول الأفكار، وفي قدرة الخطاب الإعلامي على الوصول إلى جمهور أوسع بطريقة هائلة السرعة في قياسات ذلك الزمان، محليا بداية الأمر ثم انتشر على مستوى الدول، وما لبث أن اصبح عابرا للحدود الأقليمية إلى الدول الأخرى ليؤدي

---

[1] عبد الرزاق الدليمي (2012). التحرير الصحفي، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

دوره في الترويج للأفكار، وليكون جزءا من العلاقات الدولية السياسية منها والفكرية والتجارية. وحققت الصحافة في هذه الميادين إنجازات كثيرة على مستوى تقنية صياغة الخبر وابتكار أشكال وأساليب جديدة في العمل الصحفي وتخصصاته وأنواع الكتابة الصحفية وإخراج المادة الصحفية وغير ذلك، ساعدها في ذلك أنها استمرت في هيمنتها على الساحة الإعلامية لحوالي ثلاثة قرون من الزمن دون أن تنافسها وسيلة اتصال جماهيرية أخرى. ثم ظهرت لاحقا لذلك الصحافة اليومية في بريطانيا وغيرها من البلدان الأوروبية. لقد استطاعت الصحافة خلال هذه الحقبة أن تضع أسسا راسخة للنشاط الإعلامي وتقاليده، وظهرت مؤسسات صحفية ذات ثقل متميز في تحريك الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي وتوجيهه.

الصحيفة إذن أرخص ثمنا وأوسع انتشارا من الكتاب المطبوع، كما إنها أسرع منه وصولا وأكثر تنوعا واستجابة لرغبات القراء ، خاصة حينما يتعلق الأمر بمتابعة الأحداث والوقائع اليومية في مختلف ميادين الحياة اليومية للناس وتغطيتها بتفاصيلها إذ يعجز الكتاب عن ذلك. وبالمقابل، هي كالكتاب المطبوع تستخدم النص والصورة واللون في إيصال رسائلها وتخاطب العين فقط من حواس المتلقي.

وكالات الأنباء:

وهي مؤسسات إعلامية مهمتها البحث عن الأخبار وتقصي تفاصيلها وتزويد وسائل الاتصال المختلفة بها بغية بثها وتداولها. وتتنوع وكالات الأنباء من حيث ساحات عملها فهناك وكالات أنباء محلية أو وطنية، وهناك وكالات إقليمية أو عالمية. وتتنوع المادة التي تبثها الوكالات بين النص الإخباري القصير و الخبر المفصل المدعم بالصوت والصورة، هذا فضلا عن التعليقات والتقارير والملفات التي تستخدم كقواعد بيانات متعددة الوسائط بحسب حاجة القراء وتوجهاتهم. وتستعين وكالات الأنباء بشبكة واسعة من المندوبين والمراسلين والمصورين لرصد

الأخبار وصياغتها في مواقع الأحداث وتزويد المركز بها بغية إدارة عملية نشرها وتداولها.

ويعود تأسيس الوكالات العالمية المعروفة، والتي ما يزال بعضها حتى اليوم، إلى القرن التاسع عشر، كوكالة الأنباء الفرنسية (A.F.P.)، ووكالة رويترز البريطانية (R)، ووكالة أسوشييتدبرس (A.P.). وهي مؤسسات عملاقة تنتشر مكاتبها في أغلب دول العالم وتغطي أخبارها أكثر من ثلثي الأخبار المتداولة في العالم، وتنافسها اليوم وكالات كبيرة أخرى كوكالة يونايتد برس (U.P.) الأمريكية، ووكالة أنباء روسيا الاتحادية (U.R.P.)[1].

إن المتابع لطبيعة عمل وكالات الأنباء يجد أنها اليوم قد ازداد تأثيرها وتنوعت الخدمات التي تقدمها لوسائل الاتصال وبرز في عملها عنصر التخصص بحسب الموضوعات التي تتناولها، الرياضية والفنية والعلمية والسياسية والاقتصادية والعسكرية وغيرها، أو بحسب نوع الخدمة وصيغتها إن كانت نصية أو صورية أو متعددة الوسائط، أو بحسب البرامج الرقمية التي تتعامل معها، بعد أن دخل الحاسوب والإنترنت مضمار وسائل الاتصال (الشكل 7).

وفي الوقت الحاضر تمارس معظم الوكالات بثا مباشرا للجمهورعبر الإنترنت، أي إنها عالمية الانتشار حتى في حالة تغطيتها لأحداث محلية. وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار وكالة الأنباء جهازا إعلاميا قائما بذاته، ويتمتع بقدرة على التواصل المباشر مع الجمهور من خلال مواقع هذه الوكالات على شبكة الإنترنت إلى جانب كونها مصادر أساسية لا يستغنى عنها لوسائل الاتصال الأخرى.

إن هيمنة وكالات الأنباء العالمية المشار إليها والتي تنتمي إلى دول صناعية كبرى على سوق تداول الأخبار. وتتحكم هذه الوكالات بطبيعة ونوعية الأخبار التي

---

[1] أنظر: عصام سليمان الموسى (2009). **المدخل في الاتصال الجماهيري**. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع.

تتداولها مقابل ضعف قدرة الدول النامية علي دخول هذه السوق ، وهو ما كان دائما مثار جدل ساخن سنتناوله لاحقا، وهو جدل يتعلق بتدفق الأخبار باتجاه واحد من دول الشمال إلى دول الجنوب، أي من الدول الكبرى إلى الدول النامية والفقيرة، وما يعنيه ذلك من قدرة على تشكيل الرؤى والقناعات لدى الجمهور وارتباط ذلك بالمصالح السياسية والاقتصادية للمجتمعات المستهدفة من قبل هذه الوكالات.



الشكل (7) وكالات الانباء

http://www.alapn.com/ar/news.php?cat=8&id=5029

السينما:

تعود نشأة السينما إلى أواخر القرن التاسع عشر حين أصبح بمقدورنا لأول مرة أن نشاهد صورا متحركة بسرعة 8 صور متتابعة (Frames) في الثانية، وهي سرعة تفوق سرعة الحركة الطبيعية ثلاث مرات، من شأنها أن تعيننا على فهم أفضل لما نرى. ثم ازداد عدد الصور Frames من 8 إلى 16 صورة في الثانية الواحدة ثم إلى 24 صورة و36 صورة لتظهر الحركة بسرعتها الطبيعية أو بأسرع من الحركة الطبيعية لتعيننا في أغراض مختلفة. وعلى مستوى اللون انتقلت

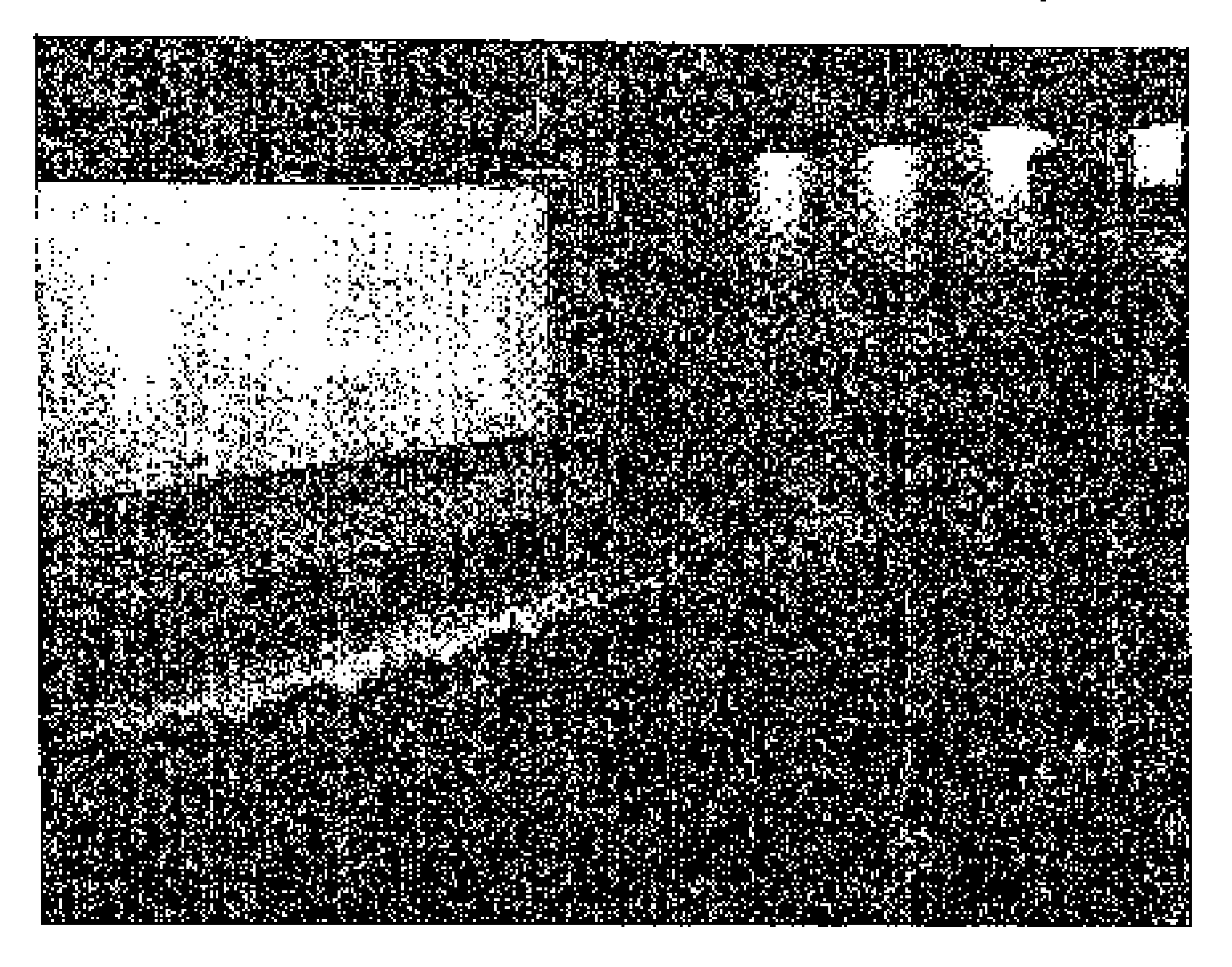
السينما من اللونين الأبيض والأسود إلى المتعدد الألوان لتقترب من واقعية العرض وجماليته. كما استطاعت السينما أن تظهر لنا الصورة على شاشة كبيرة مصحوبة بالصوت لتكون عملية الاتصال عن طريق حاستين بدل حاسة واحدة مما زاد تأثير الرسالة التي تنقلها السينما واقعية وجمالا وإقناعا.

وعلى مستوى بيئة التلقي صار الجمهور يجتمع في مكان واحد وفي وقت محدد ليتابع أحداث الفلم. بمعنى أن صلة المتلقي بالفلم بقيت فردية كما هي الحال مع التواصل مع الكتاب والصحيفة المطبوعة، على الرغم من أن مشاهدة الفلم من قبل الجمهور تتم بصورة جماعية. وسرعان ما تبلورت للسينما قواعد وأساليب عمل قائمة بذاتها، بل أصبحت فنا جديدا عرف بالفن السابع يجمع في بنيته جملة من الفنون الأخرى.

وتعد مهمة السينما من حيث طبيعة تناولها للأحداث والوقائع أقرب إلى الأدب منها إلى نقل الأخبار ومتابعتها مما جعل تأثيرها الإعلامي أقل من تأثيرها الثقافي والفني، لكن دورها الإعلامي اتسع بعد أن استخدمت في توثيق الأحداث ووظفت في نقل الأفكار والترويج لها في الحربين العالميتين الأولى والثانية وما أعقبهما من حرب باردة بين الشرق والغرب.

ولو دققنا النظر في طبيعة التلقي الذي يرافق عرض الفلم السينمائي، لوجدنا أن البيئة الاتصالية تتضمن قاعة عرض مظلمة مزودة بشاشة كبيرة ويخيم عليها الهدوء، مما يضفي قدرا كبيرا من التشويق والتركيز(الشكل 8). ويجري الاتصال بين المرسل والمتلقي هنا كذلك باتجاه واحد لكنه مؤثر، بحكم القدرة التي تتمتع بها الصورة المتحركة التي أبهرت الجمهورعند ظهورها صامتة في بداية الأمر، على الرغم من الإمكانات المتواضعة للإنتاج السينمائي في ذلك الوقت واقتصارها على اللونين الأبيض والأسود. ومما زاد قدرة السينما على التأثير هو أنها تستطيع توجيه خطابها لجمهور واسع لا يشترط أن يكون متعلما كجمهور الكتاب والصحافة

المطبوعة. وقد ظهرت انواع حديثة ومتطورة من تقنيات العرض السينمائي كالسينما المجسمة والسينما ثلاثية الأبعاد والسينما رباعية الأبعاد.



الشكل (8) قاعة العرض السينمائي

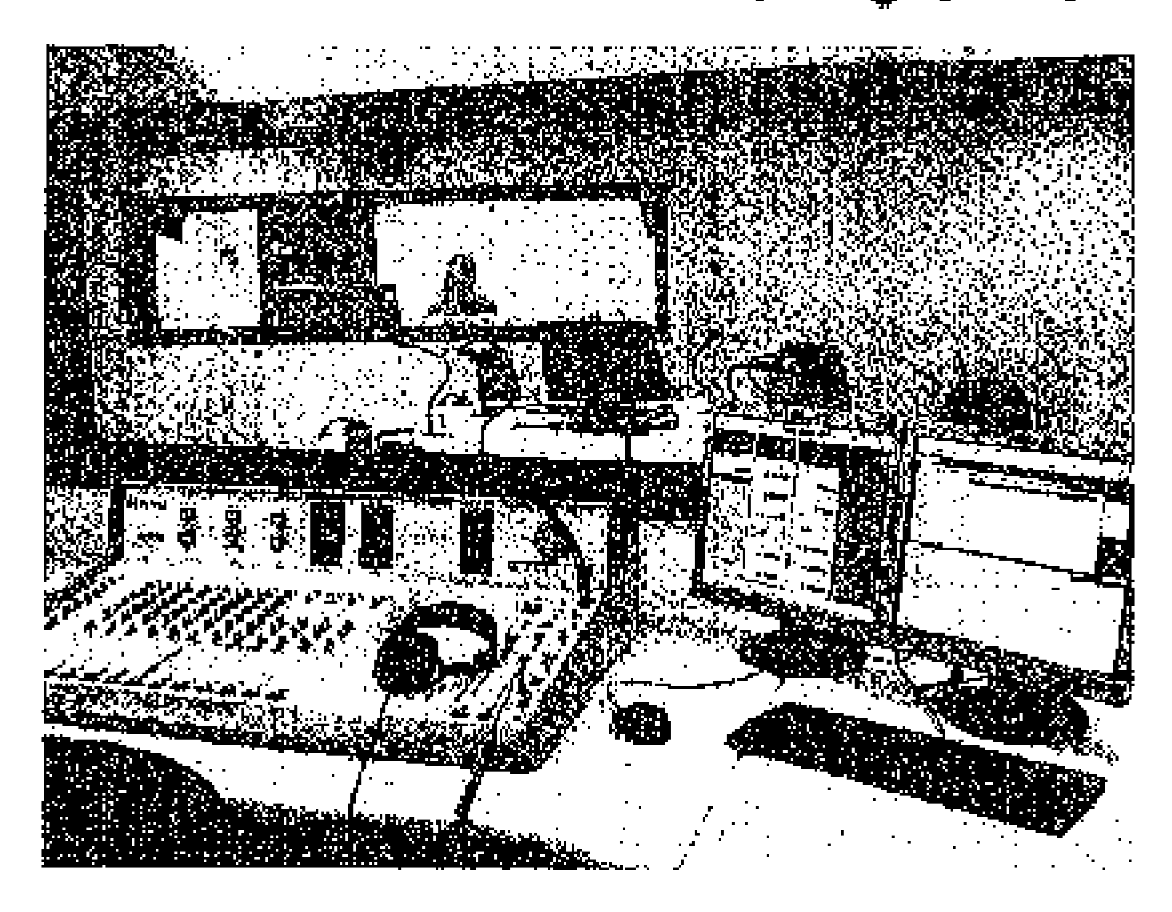
http://elraaed.com/ara/culture/21479

الإذاعة:

الإذاعة بالمعنى اللغوي هي إشاعة القول أو الخبر، وهي بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال، حتى إن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتم السر بأنه رجل مذياع. ويمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود لمواد إخبارية وثقافية وتعليمة وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في المناطق التي يغطيها البث الإذاعي، باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة، أي أجهزة الراديو، وقد يغطي بث بعض الإذاعات أرجاء العالم المختلفة.

إن أول عملية لنقل المعلومات إلى مسافات بعيدة عبر الفضاء الخارجي كان قد حققها العالم الإيطالي ماركوني في عام 1901 حين استطاع إرسال إشارات

راديوية والتقاطها عبر المحيط الاطلسي. تلك كانت الانطلاقة الأولى للإذاعة، والشكل (9) يوضح نموذجا مبسطا لمحطة إذاعية. ومن الجدير بالذكر أن نقل الإشارات لمسافات بعيدة يتم عن طريق استخدام تقنية التضمين، وتشمل تحميل إشارة ذات تردد قليل (الصوت) على إشارة ذات تردد عال من وصولها الى مسافات بعيدة. وهذه التقنية تتم من مصدر البث، أي من المحطة الإذاعية، وأما ما يتم في جهاز الاستلام وهو الراديو فهو تقنية فك التضمين وذلك من اجل الحصول على إشارة المعلومات وهي الصوت.



الشكل (9) نموذج للتقنية الرقمية الإذاعية

http://futurosahara2.blogspot.com/2012/08/blog-post_29.html

انضمت الإذاعة مطلع القرن العشرين إلى السينما في مخاطبة جمهور متعدد المستويات الثقافية بما في ذلك غير المتعلمين، على عكس الصحافة التي توجهت للنخبة ممن يجيدون القراءة. كما أصبحنا أمام وسيلة تستطيع توجيه خطابها المسموع عبر الحدود الإقليمية، وتتمتع بقدرة عالية على التكيف للظروف الفردية زمانيا ومكانيا للمتلقي الذي يستطيع، مع تقدم صناعة أجهزة الراديو، حمله أينما

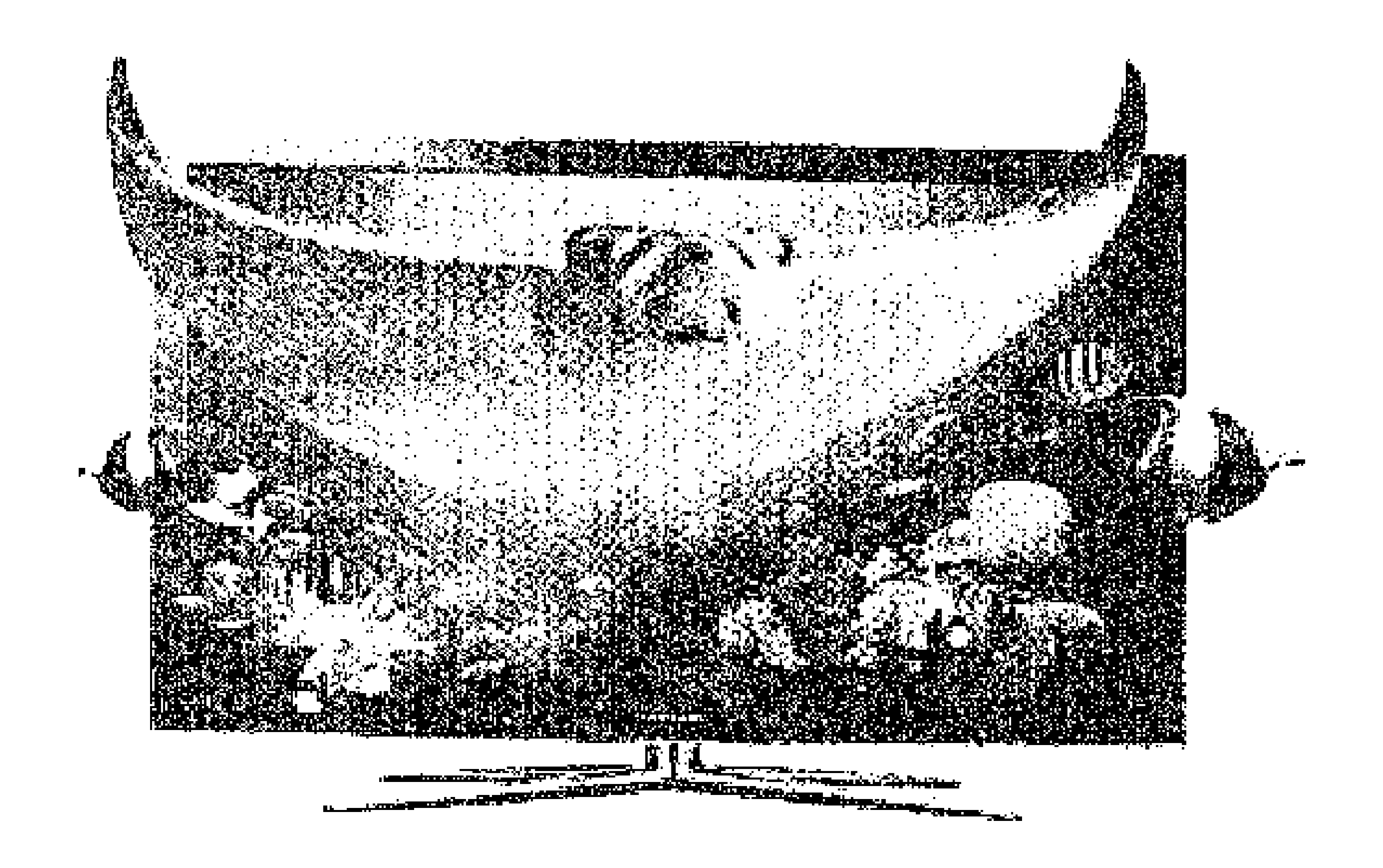
انتقل والتحكم بارتفاع صوته، واختيار المحطة التي يشاء، بخلاف السينما التي تعاني من محدودية واضحة في هذه السياق. لقد أتاحت الإذاعة بتعدد قنواتها فرصة واسعة للمتلقين للمقارنة بين الأخبار التي يستمعون إليها والنظر في الوقائع والمعلومات التي يتلقونها من محطات إذاعية مختلفة علاوة على قدرتها على نقل الأحداث آنيا من مواقعها الحقيقية. في المقابل فإن الإذاعة بقيت أسيرة النموذج الأحادي في الاتصال، ونعني به مرور الرسائل من المرسل إلى المتلقي وحسب، دون أن تكون للمتلقي فرصة ممارسة حق الاتصال بالرد على هذه الرسائل أو نقدها أو الاستفسار عنها، وهي صفة لا تسجل لصالح الإذاعة وما سبقها من وسائل الإعلام الجماهيرية غير المباشرة.

التلفزيون:

إن نجاح التجارب العلمية في إنتاج الصورة المتحركة المصحوبة بالصوت (السينما)، وفي نقل الصوت عبر مسافات شاسعة (الإذاعة)، حفز العلماء على السعي إلى جمع هذه الوسائط في وسيلة إعلامية واحدة تستطيع أن تعبر المسافات لتصل إلى الجمهور وتحقق وظائف السينما والإذاعة في آن، فكان التلفزيون الذي استحوذ على اهتمام الجمهور بعد الحرب العالمية الثانية. وأصبح الخبر مسموعا ومقروءا ومرئيا في الوقت نفسه، بل وآنيا أيضا وقادرا على مخاطبة الأفراد والجماعات من المتعلمين وغير المتعلمين في أماكنهم وفي الأوقات التي يختارونها. وهكذا حقق التلفزيون محصلة التفاعل بين الصوت والنص والصورة، إلى جانب التكيف لمتطلبات عملية التلقي في بيئة مضاءة ومفتوحة تتجاوز حدود الوسائل التي سبقته ، حتى أن كثيرا من الإعلاميين وصفوا مرحلة ظهور التلفزيون منتصف القرن العشرين بأنه عصر التلفزيون، وسموه الجهاز الساحر والصندوق العجيب وجامع الأسرة، وغير ذلك من الصفات إبرازا لأهميته ودوره الإعلامي في حياة الجمهور صغارا وكبارا، مثقفين وأميين. بل إن كثيرا من رجال السياسة والاجتماع والثقافة يحملون التلفزيون مسؤولية التحولات التي شهدتها ميادينهم عبر بلاد العالم،

فارتفاع معدلات الجريمة وانحراف الشباب – كما يرون – مرده إلـــى التلفزيــون، وانتشار الأفكار السياسية والتحولات الفكرية سببها التلفزيون، وهبوط الذوق العـــام وتفشي العنف يعودان إلى التلفزيون. وهم يعزون جل ذلك التأثير إلى قــدرة هــذه الوسيلة الإعلامية الجماهيرية على توظيف عناصر الصـــوت والصـــورة والـنص واللون والحركة في خطاب واحد لجمهور لا يملك حق الاتصال ويمـــارس التلقـــي السلبي.

ولابد من الاشارة هنا الى أن الإرسال التلفزيوني يتكون من عدة صـــور أو (فريمات) وأن كل (فريم) يتكون من حقلين أحدهما يمثل الخطوط الفردية والآخـــر يمثل الخطوط الزوجية، وأن كل حقل يتكون من عدد معين من الخطوط، وأن كـــل خط له بداية ونهاية زمنية. لقد عرض زوريكين أول نظام تلفاز عملي إلكترونـــي كامل في عام 1929م. وهناك عدة أنواع من نظم الإرسال التلفزيوني هي نظام بال (PAL) ويطبق في كثير من دول العالم ومنها الاوربية، ونظام سيكام (SECAM) ويطبق في فرنسا وكثير من الدول العربية ونظام (NTSC) ويطبق فـــي أمريكيـــا واليابان، ثم ظهرت بعد ذلك النظم الرقمية الحديثة التي منحت مواصـــفات ودقـــة عالية للصورة (الشكل 10).



الشكل (10) التلفزيون ثلاثي الأبعاد

http://www.samsung.com/ae_ar/article/everything-3d-guide-explore-the-wonder

ملامح مرحلة ما قبل ظهور الحاسوب والإنترنت:

إن المتتبع لتطور وسائل الاتصال الجماهيرية التي سبقت الحاسوب والإنترنت يجد أن هذه الوسائل كانت تتطور باتجاهات متعددة استجابة لحاجات مستخدميها. ويمكن إجمال أهم هذه الاتجاهات على النحو التالي:

- تبلور الإعلام بوصفه ميدانا متخصصا له حدوده وخصائصه التي تميزه عن النشاط الثقافي والأدبي والفني. وكان للوسائل المستحدثة دور في تبلور مفاهيم جديدة في هذا الإطار، فالكتاب كان أقرب إلى الأدب والثقافة منه إلى النشاط الإعلامي والمهمة الإعلامية، ذلك أن الوسائل التي ظهرت بعده كانت أقدر منه على تغطية الحاجة الإعلامية للجمهور بصورة خاصة.

- تنوع مصادر الاتصال والإعلام بما يحقق قدرة أكبر على تداول الأخبار والمواد الإعلامية وبأشكال متنوعة؛ فبعد أن كان الكتاب هو الوسيلة المهيمنة على الساحة الإعلامية والثقافية في الاتصال بالجمهور عن بعد، ظهرت الوسائل الأخرى لتفرض حالة تنافس شديد فيما بينها في كسب ثقة الجمهور والاستحواذ عليه.
- السرعة في إنتاج الخطاب الإعلامي وإيصاله إلى الجمهور؛ فبعد أن كان الكتاب المطبوع، ثم الصحيفة، يمران في مراحل إنتاج متعددة قبل أن يصلا إلى الجمهور، جاءت الإذاعة ثم التلفزيون ليوصلا أخبار الأحداث من ميدان حدوثها بفارق زمني لا يكاد يذكر، وهو ما أوجد صفة الآنية في انتقال الخبر، والتي كان لها فيما بعد تأثير كبير في ردود أفعال الجمهور وسرعة تلاحق الأحداث.
- نقل الخطاب عبر وسائط جديدة ومتعددة لمخاطبة المتلقي عبر أكبر عدد من الحواس؛ فبعد هيمنة الخطاب المكتوب والمطبوع برز الصوت والصورة عنصرين بالغي التأثير في إضفاء الواقعية والمصداقية على الأخبار والخطاب المتداول.
- زيادة قوة التأثير وسرعة الاستجابة من قبل الجمهور، بسبب القدرة المتنامية على استخدام عناصر التشويق. وإذا كان جمهور الكتاب يتشكل ببطء نسبي عبر القراءة والتأمل فيما قرأ، فإن جمهور الإذاعة والتلفزيون يتشكل بسرعة نسبية عالية، وجدنا صداها في تشكل الرأي العام وقت الحروب والأحداث التي شهدها القرن العشرون.
- ممارسة الجمهور عملية التلقي السلبي عند استخدام أي من الوسائل التي هيمنت على الساحة الإعلامية في هذه المرحلة. والمقصود بالتلقي السلبي هنا هو عدم قدرة المتلقي على الرد أو إبداء الرأي أو الاستفسار عما يتلقاه

من أجهزة الإعلام ، وهو ما تعارف الإعلاميون علـى تسـميته " حـق الاتصال".

- اتساع مساحة المستفيدين من أجهزة الإعلام التي أصبحت مقتنيات لا يكاد يخلو منها بيت أو مرفق عام أو خاص. لقد تحول الإعلام بفضـل هـذه الوسائل إلى ميدان قائد بين ميادين الحياة الأخرى، سواء بما يشغله مـن مساحة اهتمام أفراد المجتمع، أو من حيث رؤوس الأموال والقوى العاملة المشتغلة فيه، أو من حيث تأثيره في الأحداث أو اتجاهات الرأي العام. من جانب آخر فإن نمط التلقي المصاحب لقراءة الكتاب والصحيفة هو نمـط فردي على عكس الوسائل التي ظهرت لاحقا كالإذاعة والتلفزيـون التـي يصاحبها نمط التلقي الجماهيري المتزامن، على الرغم من اختلاف المكان والظرف والبيئة التي يتم فيها استقبال الرسائل الإعلامية عن طريقها.
- تنوع فئات الجمهور؛ فبعد أن كان جمهور الكتاب محددا بـالراغبين فـي قراءته من الراشدين القادرين على القراءة والكتابة، وجدنا جمهور الإذاعة والتلفزيون منتميا لفئات متعددة تضم المتعلمين وغير المتعلمين، وتتسـع لتشمل فئات عمرية مختلفة أيضا.
- ظهور جمهور الصدفة الذي يتلقى المعلومة أو الخبر عن طريق الصـدفة المحضة، فأثناء بحث المستمع أو المشاهد عن برنامج أو محطة ما تكون الفرصة مواتية لمحطة أخرى أن تقتنصه ليكون واحـدا مـن جمهورهـا الدائمين لاحقا، وهو أمر أثر كثيرا في تقنيات صياغة الخبـر وطرائـق عرضه بما يحقق هذه الغاية.
- مرونة تكيف الوسيلة للجمهور وحاجاته؛ فقارئ الكتاب ينشغل بـه عـن غيره، وكذلك قارئ الصحيفة ومشاهد التلفزيون، بينما نجد المستمع قادرا على ممارسة أي عمل أو نشاط آخر أثناء الاستماع إلى أخبار ما يدور من حوله في عالم زاخر بالأحداث. هذه المرونة زادت مـن قـدرة وسـائل

الإعلام الجماهيرية في ملاحقة الجمهور في بيئات تلق متباينة مما يعــزز تأثيرها في نشاطه واتجاهاته.

- اقتسام المهام الإعلامية بين وسائل الاتصال المختلفة التي يؤدي كل منهــا دورا في حياة المتلقين بحيث ينشأ عنه تكامل في النشاط الإعلامي علــى الرغم من التوقعات التي رافقت ظهور كل من وسائل الاتصال التي أشرنا إليها من أن الوسيلة الجديدة ستزيح الوسيلة السائدة عن الساحة الإعلامية، فقد أكد واقع الحال عدم صحة هذه التوقعات. وفي هذا الصدد يمكــن أن نذكر على سبيل المثال ما توقعه البعض من أن الصحافة المطبوعة فــي طريقها إلى الأفول بسبب انصراف الجمهور إلى الصــحافة الإلكترونيــة ونمو أعداد قرائها إلى الملايين.

وفي ذلك يذكر موقع صحيفة أنفاس الإلكترونية (الشــكل 11) أن التنــافس الإلكتروني بين موقعي صحيفة "ديلي ميل" الشعبية البريطانية وصحيفة "نيويــورك تايمز" الاميركية في عدد المستخدمين قد أثار اهتمامات المتابعين للشأن الاعلامــي حول التفوق الالكتروني المتصاعد على الإعلام الورقي. وذكــر تقريــر لشــركة "كومسكور" المتخصصة في المحتوى الالكتروني وعدد الزوار، أن موقع صــحيفة "ديلي ميل" سجل 45.35 مليون زائر منفرد في كانون الاول/ديســمبر 2011 فــي مقابل 44.8 مليون زائر للصحيفة الاميركية. ومع ذلك ما نزال نلاحظ نموا فــي أعداد المتابعين للصحافة التقليدية المطبوعة في مختلف دول العالم[1].

---

(1) أنظر الموقــع: http://www.anfasse.org/index.php/2010-12-30-16-03-28/2010-12-30-16-03-43/4661-2012-02-05-00-14-21



الشكل (11) موقع صحيفة أنفاس

أسئلة الفصل الأول

1. وضح باختصار مفهومي الاتصال والإعلام وطبيعة العلاقة بين ميدانيهما.
2. وضح ملامح العلاقة التكاملية بين طبيعة عمل كل من الحاسوب والإنترنت؟
3. ما تطبيقات الحاسوب والإنترنت في حياتنا المعاصرة؟
4. ما الوسائل التي نشأت بالاعتماد على الحاسوب والإنترنت؟ وما دورها الاتصالي والإعلامي؟
5. ما عناصر عملية الاتصال وما آلية اشتغالها بوصفها نظاما متكامل الحلقات؟
6. ما حدود التفاعل الحاصل بين عناصر عملية الاتصال؟
7. ما شبكة الإنترنت؟ وكيف يتم الاتصال عن طريقها؟
8. ما الشروط اللازم توفرها لتحقيق عملية الارتباط بالإنترنت؟
9. ما الأعمال والفعاليات التي بإمكانك تحقيقها عن طريق الإنترنت؟
10. ما ملامح الواقع الإعلامي في مرحلة ما قبل الحاسوب والإنترنت؟ وما طبيعة وسائل الاتصال التي كانت قائمة في تلك المرحلة؟
11. ما مواصفات وسائل الاتصال التي كانت سائدة في مرحلة ما قبل الحاسوب والإنترنت؟
12. ما طبيعة الاتصال التي كانت تمارسه وسائل الاتصال في مرحلة ما قبل الحاسوب والإنترنت؟
13. ما المقصود بوكالات الأنباء وكيف تعمل؟
14. ميز بين وسائل الاتصال التي سبقت ظهور الحاسوب والإنترنت ، مبينا الخصائص الاتصالية لكل منها.
15. لماذا يوصف التلقي الذي كان يمارسه الجمهور عند متابعته وسائل الاتصال التقليدية بالسلبي؟

16. متى ظهرت الاذاعة؟ وماذا أحدثت من تغيير في البيئة الاتصالية والإعلامية التي كانت سائدة وقتها؟ وماهي اهدافها وماهي علاقتها بالاعلام؟
17. كيف نشأ التلفزيون؟ وما الذي أضافه لبيئة الاتصال التي سبقت ظهوره؟
18. ما أنواع الانظمة التلفزيونية؟
19. لماذا يتهم الجمهور وسيلة التلفزيون بالمسؤولية عن تدهور الواقع الاجتماعي وانتشار مظاهر العنف؟
20. قارن بين البيئة الاتصالية في مرحلة ما قبل الاحاسوب والإنترنت وما بعدها، مبينا علاقة البيئة الاتصالية وإمكانات الوسائل الاتصالية بطبيعة الإعلام الذي يمكن أن تحققه في المرحلتين.

الفصل الثاني

الواقع الاتصالي بعد ظهور الإنترنت

يتوقع من القارئ الكريم أن يكون قادرا في نهاية هذا الفصل على أن:

1) يبين المقصود بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.
2) يوضح أهم المظاهر التي طرأت على البيئة الاتصالية في العالم عقب الحرب العالمية الثانية.
3) يعدد منظومات التقنيات ذات الصلة بالاتصالات والمعلومات والتي ظهرت في النصف الثاني من القرن العشرين.
4) يشرح أهمية الأقمار الاصطناعية في تطوير عمل المحطات الإذاعية والتلفزيونية ووكالات الأنباء.
5) يبين كيفية استفادة وسائل الاتصال من الدمج بين تقنيتي الإنترنت والأقمار الاصطناعية.
6) يتتبع مسار بث البرامج من المحطة الإذاعية أو التلفزيونية إلى الجمهور.
7) يعدد سمات الواقع الاتصالي في المرحلة التي أعقبت ظهور الإنترنت
8) يشخص مظاهر المجتمع الرقمي التي بدأت تلمسها في مجتمعه المحلي.
9) يقارن بين ملامح المجتمع الرقمي الذي يسمع عنه في دول العالم المتقدمة صناعيا وتلك التي تتوفر في مجتمعه.
10) يعدد الأسس والمستلزمات التي يقوم عليها التحول نحو المجتمع الرقمي.
11) يقارن بين سمات البيئة الاتصالية في المرحلة التي سبقت ظهور الإنترنت وتلك التي أعقبت ظهورها.

الفصل الثاني

الواقع الاتصالي بعد ظهور الإنترنت

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

Information and Communication Technology

إن تناول الواقع الاتصالي بعد ظهور الإنترنت يقتضي بالضرورة الحديث عن ثنائية "الاتصال والإعلام" وثنائية "الحاسوب والإنترنت" معا، ذلك أن مخترعي الحاسوب والإنترنت قد أحدثا هزة عنيفة في طبيعة البيئة الاتصالية ومكوناتاتها وتأثيراتها، ودور طرفي عملية الاتصال، المرسل والمستقبل، في تشكيل هذه البيئة على نحو جديد. هذا فضلا عما أحدثته الأقمار الاصطناعية من تأثيرات كبيرة على هذه البيئة، وما نتج من تفاعل هذه الاختراعات وتكاملها. وسنحاول في هذا الفصل استخلاص ملامح هذه البيئة بعد أن ننعم النظر عن قرب في واقع المرحلة التي أعقبت ظهور هذه المخترعات، وأهم المظاهر والتسميات ذات الصلة والتي يتم تداولها في أوساط المجتمعات الحديثة.

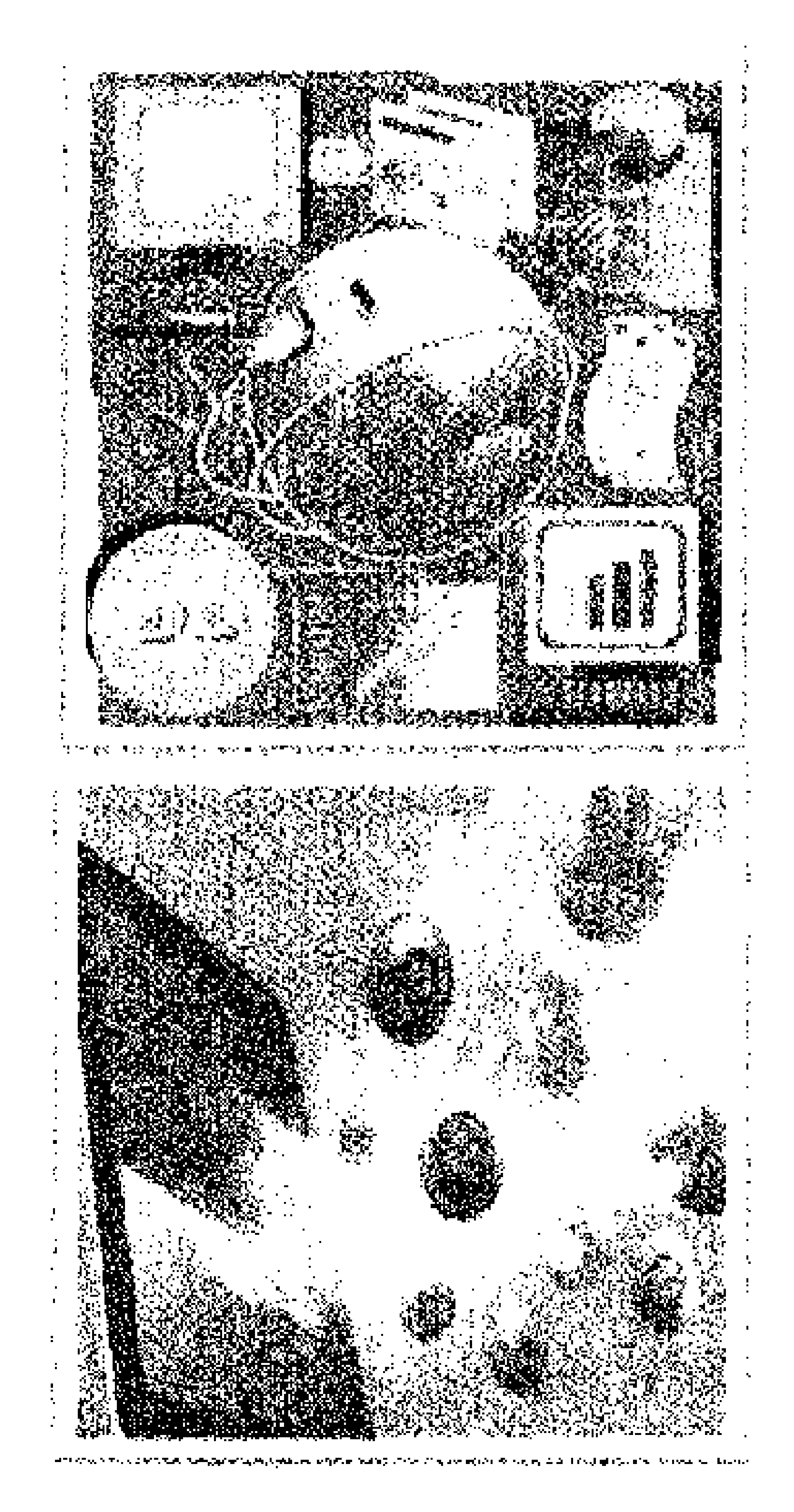
المعلومات والاتصالات حقلان مرتبطان ارتباطا وثيقا بالتطور التكنولوجي الذي شهد وتيرة متصاعدة على مدى الأعوام المائة الماضية. ومن هذا الارتباط الوثيق نشأ علم جديد هو "علم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات" الذي لم يمض على شيوعه في الأدبيات العلمية سوى سنوات قليلة. وسرعان ما انتشرت تطبيقات هذا العلم المشترك، الاتصالات والمعلومات، لتشمل مجالات الحياة كافة، مما حدى بالاستثمارات العالمية أن توجه جل اهتمامها له، بحيث فاق ما يوظف في صناعة المعلومات والاتصالات من أموال وقوى بشرية على مستوى العالم قبل أن ينتهي القرن العشرون ما يوظف منها في البناء وأسواق التجارة العالمية وإنتاج الأسلحة

مجتمعة[1]. وما الأدوات والتقنيات الحديثة التي شهدها عصرنا الحالي إلا شاهد على التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومنها الراديو الرقمي والتلفزيون عالي النقاوة وشبكات الحاسوب والاتصالات اللاسلكية والهاتف المحمول والهاتف الذكي والإنترنت وتكنولوجيا الإعلام المتطور فائقة السرعة وغيرها.

وعلى الرغم من أن العالم قد خطى خطوات واسعة في العقود الأخيرة في المجالات التكنولوجية المختلفة، إلا أن التطور الذى حدث فى تكنولوجيا والمعلومات والاتصالات لا يجاريه تطور فى أى مجال آخر. لقد امتدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ومفردات الاتصالات الرقمية الى كل بيت وحارة، وأصبح العالم كله بين أصابع هذا التطور الهائل في عالم المعلومات والاتصالات (أنظر الشكل 1). ولنا أن نتخيل ما يمكن أن يكون عليه العالم بدون شبكات الإنترنت او بدون الهاتف المحمول مثلا.

---

[1] المهدي المنجرة (1991). الحرب الحضارية الأولى. الدار البيضاء: دار العيون.



الشكل (1) عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

بيئة الإنترنت Internet Environment

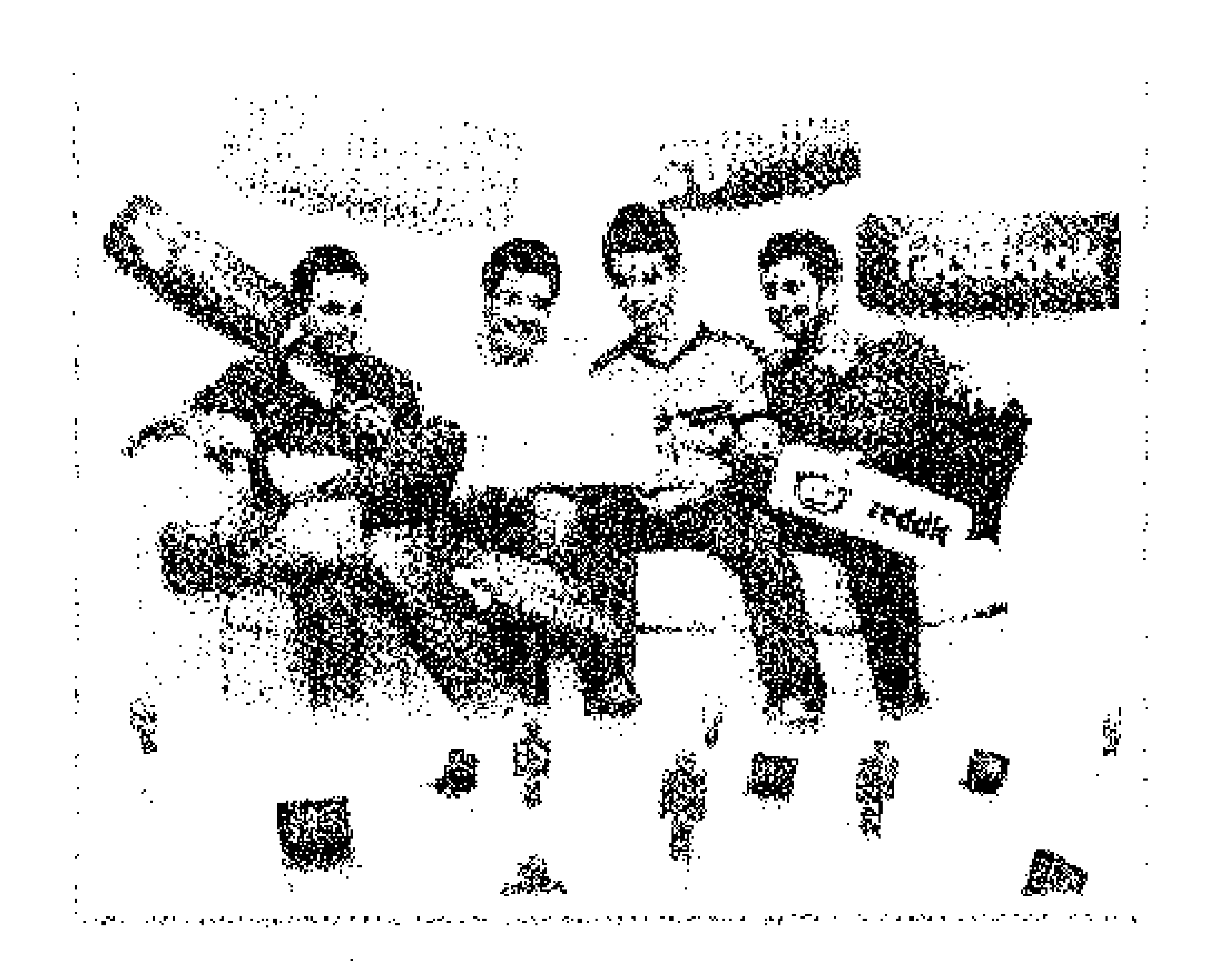
بدأ العمل في الإنترنت عام 1969 بوصفها مشروعا بين وزارة الدفاع في الولايات المتحدة وعدد من الجامعات الامريكية، بهدف مساعدة الجيش الأمريكي وربط الجامعات ومؤسسات الأبحاث عبر شبكات الحاسوب، من أجل استغلال

قدرات الحواسيب المتوفرة وصولا الى أفضل كفاءة في المعالجة والخزن ونقل المعلومات. وقد أدى ظهور الإنترنت وانتشارها في أرجاء العالم إلى حدوث طفرة علمية إلكترونية واتصالية كبيرة أفادت من وجود بيئة مهيأة تعتمد الحاسوب الذي يعتمد بدوره على استخدام التقنية الإلكترونية الرقمية، وكذلك الحال مع الهاتف المحمول.

الإنترنت إذن هي شبكة عالمية ضخمة من الروابط والوصلات بين الحواسيب والأجهزة الأخرى، وهي تسمح للمستخدمين بالاتصال والتواصل على امتداد العالم باستخدام وسائل بصرية وفديوية وصوتية ونصية. وهي فضلا عن تجاوزها حدود الزمان والمكان فإنها تخفض الكلفة وتتحدى سيطرة الرقابة الحكومية. ويخضع استخدام شبكة الإنترنت إلى بروتوكولات تعاون دولية تنظم العلاقة بين مستخدميها في مختلف الأغراض.

إن ما ذكرناه من مميزات شبكة الإنترنت وأغراضها وتطبيقاتها يفسر الانتشار الواسع لهذه الشبكة وتنوع استخداماتها في الإعلام الحديث (الشكل 2). ويمكن تحديد الأسباب الأساسية وراء انتشار الإنترنت الواسع بالآتي:

- توفر تقنية اتصالات سريعة
- توفر تقنيات وبرمجيات حاسوب متقدمة
- تعدد اللغات المستخدمة في الإنترنت
- تعدد أغراض ومجالات استخدامها
- توفر خدمات الوسائط المتعددة في عملها



الشكل (2) أشكال استخدام الإنترنت في الإعلام الحديث

مصادر المعلومات Information Resources

إذا كانت المعلومات هي أية بيانات موضوعة بصورة تعطي معنى محددا، أي يمكن تفسيرها، فإن مصادر المعلومات هي جميع الوسائل والأدوات والتقنيات التي يمكن عن طريقها نقل وتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل، وكذلك جمع المعلومات وحفظها وتنظيمها واسترجاعها. وقد استخدم الإنسان مع نشوء المجتمعات وسائل وأدوات بسيطة ومتنوعة لتوثيق أنشطته وخزن معلوماته وتداولها. لقد خضعت هذه الوسائل للتطوير المستمر عبر الزمن وصولا إلى الإنترنت وتقنيات الاتصال الحديثة. وبالإمكان تقسيم مصادر المعلومات التي استخدمها الإنسان لأغراض الاتصال والإعلام عبر هذه المراحل الزمنية على النحو الآتي:

1. **المصادر قبل الورقية:**

ويقصد بها الأوعية التي كانت تستخدم في توثيق نتاجات الإنسان ومعلوماته وحفظها، كالرقم الطينية التي عثر عليها بين آثار حضارات بلاد الرافدين كالسومريين والبابليين والآشوريين، وكذلك المصادر الأخرى التي وجدت مسجلة على جلود الحيوانات والبردي وغيرها، والتي حفظت أخبار الأقوام المتعاقبة ونتاجاتهم في حضارات وادي النيل في زمن الفراعنة.

2. **المصادرالورقية:**

وتسمى أيضا المصادر المطبوعة، أو المصادر التقليدية، والمقصود بها كل المصادر والأوعية التي يكون الورق مادتها الأساسية مثل الكتب والرسائل الجامعية والدوريات وبحوث وبراءات الاختراع والمعايير الموحدة.

3. **المصادر بعد الورقية:**

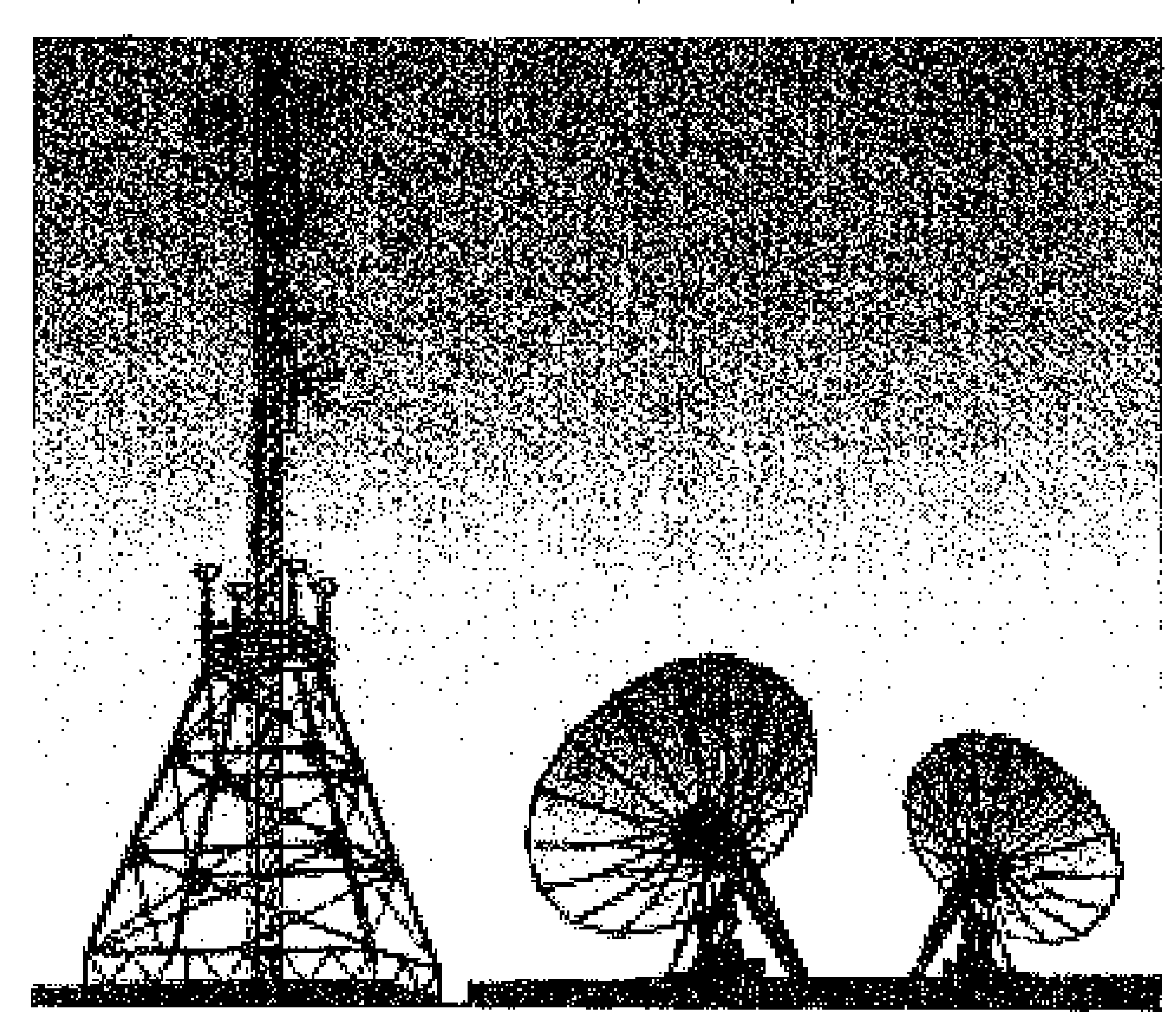
وتضم طيفا واسعا من المصادر الحديثة على النحو الآتي:

- النماذج والمجسمات التي تحاكي الواقع أو تجسده.
- المصادر السمعية والبصرية كالخرائط والصور والتسجيلات الصوتية والأفلام والتسجيلات الفديوية وغيرها.
- المصغرات مثل المايكروفورم والتي تشتمل على المصغرات الفلمية المايكروفيلم والمصغرات البطاقية المسطحة والمايكروفيش.
- المصادر الإلكترونية المحوسبة كالأشرطة والأقراص الممغنطة وقواعد البيانات الداخلية وغيرها من المصادر المشابهة.
- المصادر الليزرية المحوسبة كالأقراص المكتنزة والأقراص المدمجة والملتيميديا والأقراص الليزرية التسجيلية والذاكرة المتنقلة.
- شبكة المعلومات، الإنترنت، التي جمعت بين مختلف أنواع المصادر الإلكترونية والليزرية والسمعية والبصرية والوسائط المتعددة والتي شكلت مصدرا ضخما للمعلومات بغض النظر عن الزمان والمكان.

- الأقمار الاصطناعية التي أصبحت تشكل وسيطا مهما لتداول المعلومات، وبخاصة عند استخدامها بالارتباط مع الحاسوب والإنترنت بصورة أكثر سرعة ودقة ووضوحا وانتشارا.

الأقمار الاصطناعية Satellites

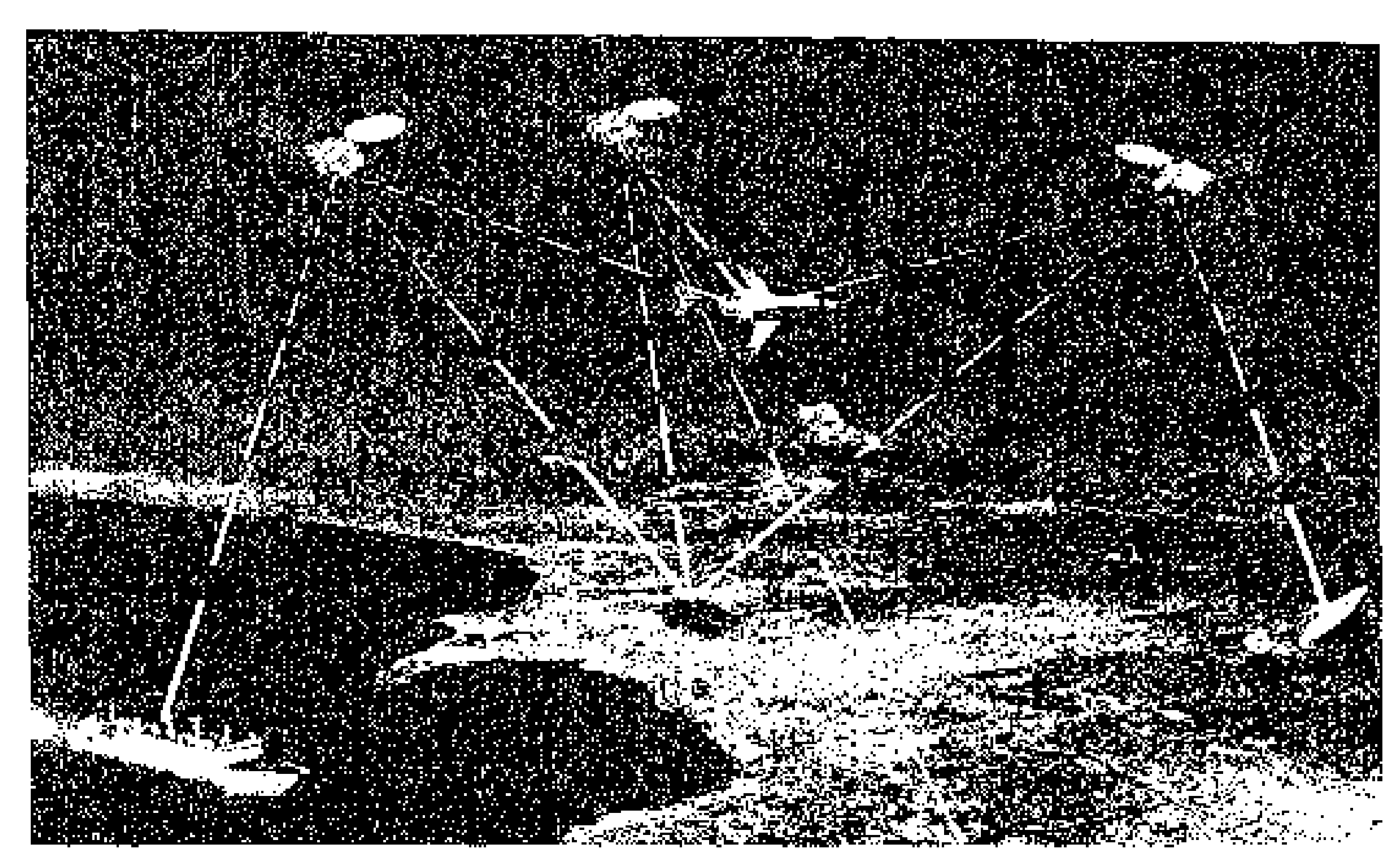
مع نهاية الحرب العالمية الثانية برزت فكرة إطلاق أقمار اصطناعية لإقامة نظم اتصالات دولية، لكنها لم تتحقق حتى مطلع الستينات من القرن العشرين حين تمكن العالم من إطلاق أقمار اصطناعية إلى الفضاء تستخدم لأغراض الاتصالات الهاتفية ونقل البث الإذاعي والتلفزيوني والتلكس عن طريق التقاط إشارات البث من محطات أرضية محلية وإعادة بثها إلى محطات أرضية قريبة من أماكن استقبالها لتنقلها بدورها إلى المستقبلين (الشكل 3).



الشكل (3) محطات أرضية للإرسال والاستقبال

http://www.alraeed.net/news/preview.php?id=7254

لقد كان من نتائج ذلك التطور في تقنية المعلومات والاتصالات أن تطـــورت قدرات الإنسان على التصوير الفضائي والطباعة المتزامنة في أكثر مـــن دولـــة، وكذلك إرشاد السفن ورسم خطوط الملاحة البحرية والجوية وتقدم تنبؤات مراكـــز الأرصاد الجوية، وغيرها من التطبيقات التي توظف تقنيات الحاسوب والإنترنـــت والهاتف المحمول والأقمار الاصطناعية وغيرها في تحقيق أغراضها. (الشكل 4)

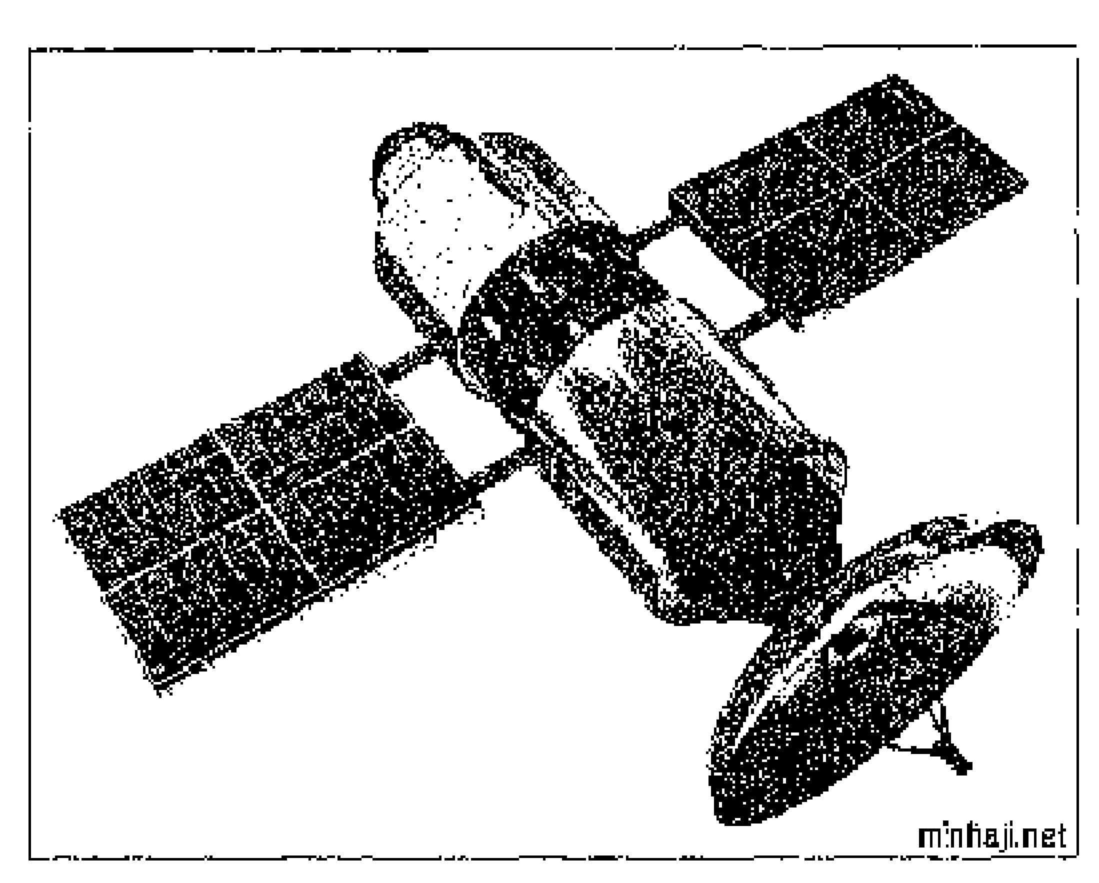


الشكل (4) منظومة اتصالات الأقمار الاصطناعية

http://www.alalam.ir/news/1432695

لقد كان ذلك فتحا جديدا على طريق تطوير منظومات الاتصال عبر العالم لتسهيل نقل الصورة والصوت والإشارات اللاسلكية عبر القارات والمحيطات بصورة أوضح وأدق وبقدرات أوسع بكثير من تلك التي كانت تؤمنها الاتصالات عبر الكيبلات التقليدية، وأصبحت الأقمار الاصطناعية واحدا من أهم مصادر المعلومات وأدوات تداولها عبر العالم. وتسبح في فضاء العالم الآن آلاف الأقمار الاصطناعية التي يعود إليها الفضل في نقل برامج مئات القنوات التلفزيونية عالية النقاوة وآلاف المحطات الإذاعية نقلا مباشرا ، ونقل ملايين المكالمات الهاتفية

ورسائل التلكس يوميا إلى كل زاوية من زوايا العالم (الشكل 5). وما انتشار الأطباق اللاقطة على سطوح البنايات العالية وسطوح منازلنا إلا مظهر من مظاهر هذا التطور الكبير في مكونات البيئة الاتصالية لعصر المعلومات والاتصالات الذي نعيشه.

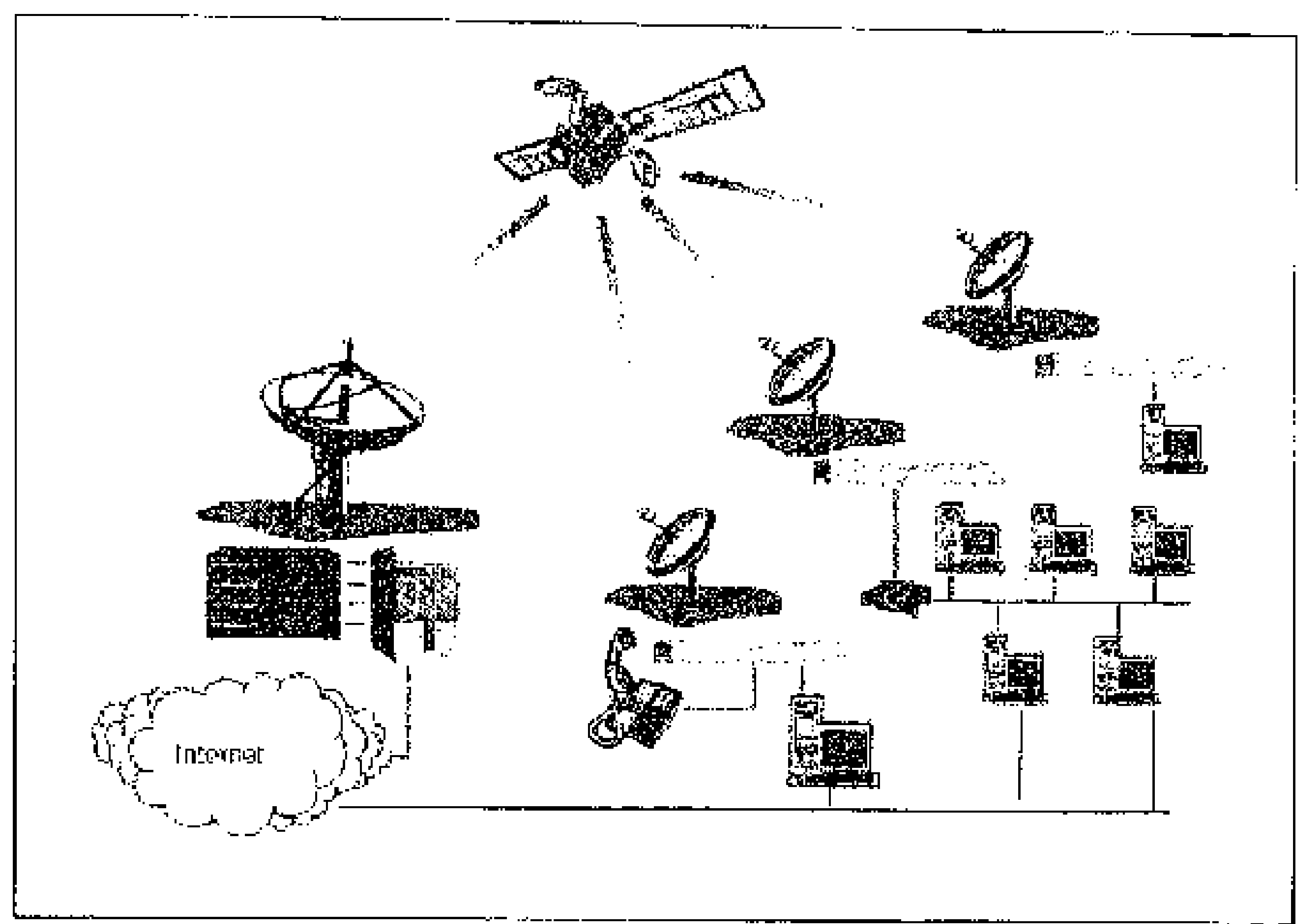


الشكل (5) نموذج قمر اصطناعي

http://www.dwayir.com/2012/11/blog-post_3954.html

لقد حدث هذا التقدم التكنولوجي في وقت كان الحاسوب قد قطع هو الآخر شوطا مهما باتجاه ترسيخ أهميته كمصدر لا غنى عنه من مصادر المعلومات. والمعلوم أن عقد الستينات قد شهد أيضا جهودا مهمة لتطوير منظومة اتصالات أخرى لا تقل أهمية عن الأقمار الاصطناعية والحاسوب وهي شبكة الإنترنت. وهكذا أصبح العالم منذ الستينات من القرن الماضي أمام ثلاث منظومات عملاقة جديدة للاتصال والمعلومات تكمل إحداها الأخرى لتؤسس بيئة اتصالية بالغة التعقيد والاتساع والشمول قوامها الحاسوب والأقمار الاصطناعية والإنترنت التي استوعبت جميع ما سبقها من دون أن تزيحها من المشهد الاتصالي الجديد، بل أصبحت في خدمتها، لتزيدها قوة وانتشارا وتنوعا في تقديم خدماتها. ولم يكن

العرب بعيدين عن هذا الميدان، فقد بدأت فكرة إنشاء قمر اصطناعي عربي لاستخدامه في مجال الإعلام والتعليم للوصول إلى المناطق العربية النائية أثناء اجتماع وزراء الإعلام العرب في تونس عام 1967، ولم تخرج الفكرة إلى حيز التنفيذ حتى منتصف عقد الثمانينات الشكل (6).



الشكل (6) الربط بين الإنترنت والأقمار الاصطناعية

http://www.masrawysat.com/vb/showthread.php?t=64007

ولكي يتم تلافي الإشكالات التي ربما تصادف الأقمار الاصطناعية في الفضاء فقد تم تخصيص مدارات تسلكها تلك الأقمار، وتقسم هذه المدارات الى ثلاثة أنواع وهي:

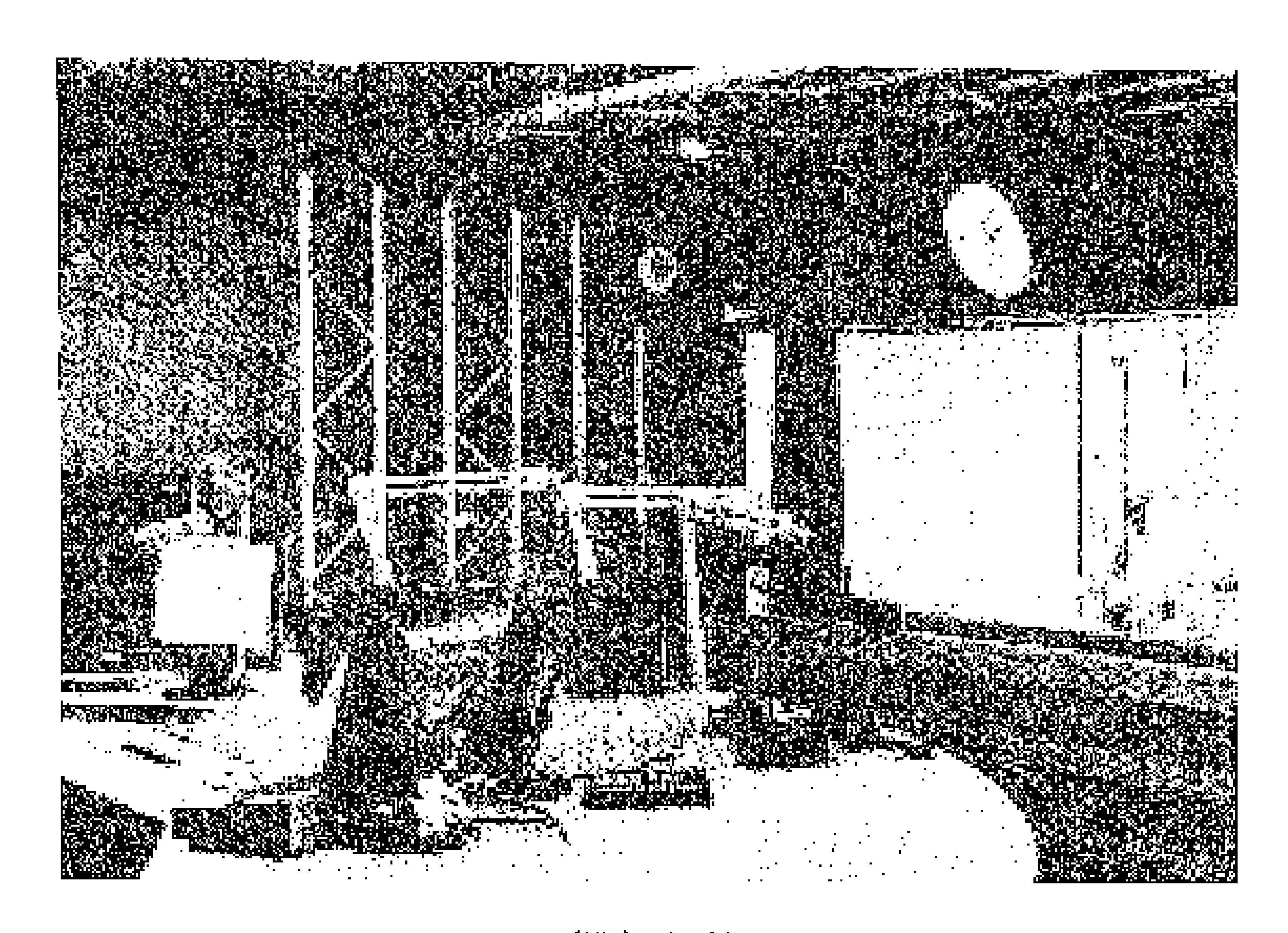
- المدار الأرضي المنخفض، ويكون على شكل دائري أو بيضوي على ارتفاع 200 – 2000 كم عن مستوى سطح الأرض.

- المدار الأرضي المتوسط، ويكون على شكل دائري أو بيضوي على ارتفاع 2000 – 20000 كم عن مستوى سطح الأرض.
- المدار الجغرافي الثابت، وهو مدار دائري على ارتفاع 35,786 كيلـومتراً (22,236 ميل) فوق خط الاستواء، وفي اتجاه دوران الأرض.

ربط وسائل الاتصال بالإنترنت والأقمار الاصطناعية:

لقد أصبح بإمكاننا الآن أن نتحكم بجدول عرض القنوات الفضائية من أي مكان بالعالم عبر الإنترنت ودون التأثر بالعوامل الجوية. كما يمكننا إرسال جميع المواد الى خادم القناة الرئيس عبر الإنترنت والتحكم بجدول العرض وتوقيت عرض المواد، وكذلك التحكم في أشرطة الرسائل القصيرة والمعلومات (شكل 7). وبهذا تكون الإنترنت والأقمار الاصطناعية قد وضعت البث الإذاعي والتلفزيوني والنشر الصحفي والاتصال عبر الهواتف والتلكس أمام آفاق مفتوحة النهايات من حيث حجم الطاقة المتاحة لكل من هذه الوسائل، وسهولة الاتصال، ونقاوة الصوت والصورة، وديمومة التواصل دون التأثر بالظروف الجوية أو اختلاف التضاريس الأرضية. وهكذا ظهر التلفزيون الرقمي والشاشة المتطورة والصحيفة الإلكترونية والتلفون الذكي وغيرها.

هذه الإمكانات جاءت نتيجة لجهود ما تزال تحقق جديدا في كل يوم في عالم التكنولوجيا المتفاعلة والمتكاملة، وهو ما جعل البيئة الاتصالية في حالة تغير دائم وسريع يتطلب بالمقابل قدرة على التكيف مع متغيراتها وإمكاناتها المتجددة. إن التسابق الذي نشهده بين دول العالم والشركات المتحكمة في قطاع المعلومات والاتصالات على تصدر المشهد الصناعي والإنتاجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يعكس مدى المكاسب التي يحصل عليها من يحرز مكان الصدارة في هذا السباق، ليس في جني الأرباح فقط، وإنما في السيطرة على اتجاهات تدفق المعلومات والتحكم في محتواها وآثارها كذلك. وهو ما تشهد ملامحه في الصراعات الاقتصادية والسياسية الدائرة عبر قارات عالمنا اليوم.



الشكل (7)

محطة إذاعية حديثة تعتمد في بثها على الإنترنت والأقمار الاصطناعية

http://academie.france24-mcd-rfi.com/ar/formation_radio_design.php

إن من الملاحظ أن المحطات الإذاعية والتلفزيونية، وكذلك وكالات الأنباء والصحف التي نشأت بالاعتماد على التوظيف المزدوج لتقنيات الحاسوب والإنترنت من جهة، والأقمار الاصطناعية من جهة أخرى، كانت أقدر على تنفيذ برامجها بمرونة عالية وكفاءة تعكسها طبيعة البرامج التي يمكن إنتاجها بوجود هذه التقنيات مجتمعة، ذلك أنها تتسم بالقدرة على الإنفاق العالي على منتجها الفني، إذ إن هذا النوع من المحطات يتطلب مثل هذا الإنفاق، لكن الملاحظ أيضا أن هذه الكلفة تنخفض تدريجيا بسبب غزارة إنتاجها باستخدام التقنية ذاتها، وبسبب ما تستقطبه هذه القنوات المبهرة من إعلانات تدر عليها أرباحا كبيرة، بمعنى أن برامجها ستكون أقل كلفة مع تقادم الوقت (شكل8).



الشكل (8)

محطة تلفزيونية حديثة تعتمد في بثها على الإنترنت والأقمار الاصطناعية

http://www.th3professional.com/2011/09/301.html

تكنولوجيا الوسائط المتعددة Multimedia Technology:

الوسائط المتعددة هي الاستخدام المركب للنصوص والأصوات والصور والألوان والحركة بصورة تفاعلية وتكاملية بما يخدم الغرض من استخدامها. وتستخدم هذه التقنية في كثير من العروض المباشرة للجمهور وفي الأغراض الإعلامية المختلفة والأغراض التعليمية والتجارية والألعاب وهي من أكثر المفاهيم ارتباطا بحياتنا اليوم ولها تطبيقات واسعة جدا الشكل (9). ولتوضيح ما نقصده بالاستخدام التفاعلي والتكاملي للوسائط المتعددة نقول: إن الحاسوب يمكننا من استخدام هذه الوسائط مجتمعة بحيث يؤازر كل منها الأخر بغية إيصال الرسالة

المطلوب إيصالها على نحو واضح ودقيق ومثير ومؤثر. وهي خاصية ينفرد بها الحاسوب عن غيره من الوسائل التي سبقته. ويتم استخدام هذه الوسائط على النحو التالي:

- **النصوص المكتوبة:** وهي حروف منفردة أو كلمات أو نصوص كاملة أو عناوين رئيسة وفرعية، تعرض على الشاشة لتوصيل معنى أومحتوى محدد.
- **الصوت:** ويمكن أن يكون لغة منطوقة، أو موسيقى، أو مؤثرات صوتية كخرير الماء وزقزقة العصافير وحفيف أوراق الشجر وأصوات الريح والحيوانات والرعد والمطر وغيرها، أو مؤثرات خاصة تدمج بالصوت فتجعله مرتجفا أو مختنقا أو يصاحبه صدى أو غير ذلك. ومع تقدم تقنية الحاسوب صار الحاسوب نفسه منتجا لملايين الأصوات التي يمكن استخدامها في هذا السياق. ويتم تسجيل الصوت من خلال شرائط الكاسيت أو بإدخال الصوت مباشرة إلى الكمبيوتر باستخدام المايكرفون، أو بنقله من الهاتف المحمول، أو غير ذلك بما يسهل عملية الاتصال والفهم والتفاعل.
- **الرسوم الخطية:** وهي تكوينات تعبيرية بالخطوط والأشكال تظهر في صورة رسوم بيانية أو في صورة خرائط مسارية أو غيرها، وتستخدم لأغراض التوضيح أو لأغراض جمالية.
- **الرسوم المتحركة:** وهي مجموعات من الرسوم المتشابهة يتم عرضها بصورة متسلسلة وبسرعة محسوبة توحي بأنها تتحرك فعلا.
- **الصور الثابتة:** لقطات ساكنة لأشياء حقيقية يمكن عرضها لفترة زمنية ويمكن أن تكون صغيرة أو كبيرة وقد تكون ملونة وتعرض بصيغ متعددة. وتؤخذ هذه الصور بالماسح الضوئي أو من خلال صورة موضوعة على القرص المدمج أو بنقلها مباشرة من آلة التصوير أو الهاتف المحمول.

- **الصور المتحركة:** وهي لقطات فيديو يتم تشغيلها بسرعة معينة لتراها العين مستمرة الحركة. فللحصول على صورة متحركة بالسرعة الطبيعية في التلفزيون مدتها ثانية واحدة نحتاج إلى 25 صورة ثابتة متسلسلة(frame).
- **المؤثرات الصورية:** وهي كم لا نهاية له من المرشحات والزخارف والتكوينات والألوان التي تدمج بالصورة لإضفاء تأثيرات معينة عليها، أو للانتقال من لقطة لأخرى، أو لتأطيرها وقلبها وإظهارها بصورة تتناسب مع سياق المعنى المراد إيصاله للمتلقي.

مستلزمات استخدام الوسائط المتعددة:

إن القول بأن الحاسوب استطاع أن يجمع الوسائط المتعددة بصورة تكاملية وتفاعلية يستلزم أن تتوفر جملة من العناصر البرمجية والمادية لكي يكون ذلك ممكنا. ويمكن أن نحدد هذه المستلزمات على النحو التالي:

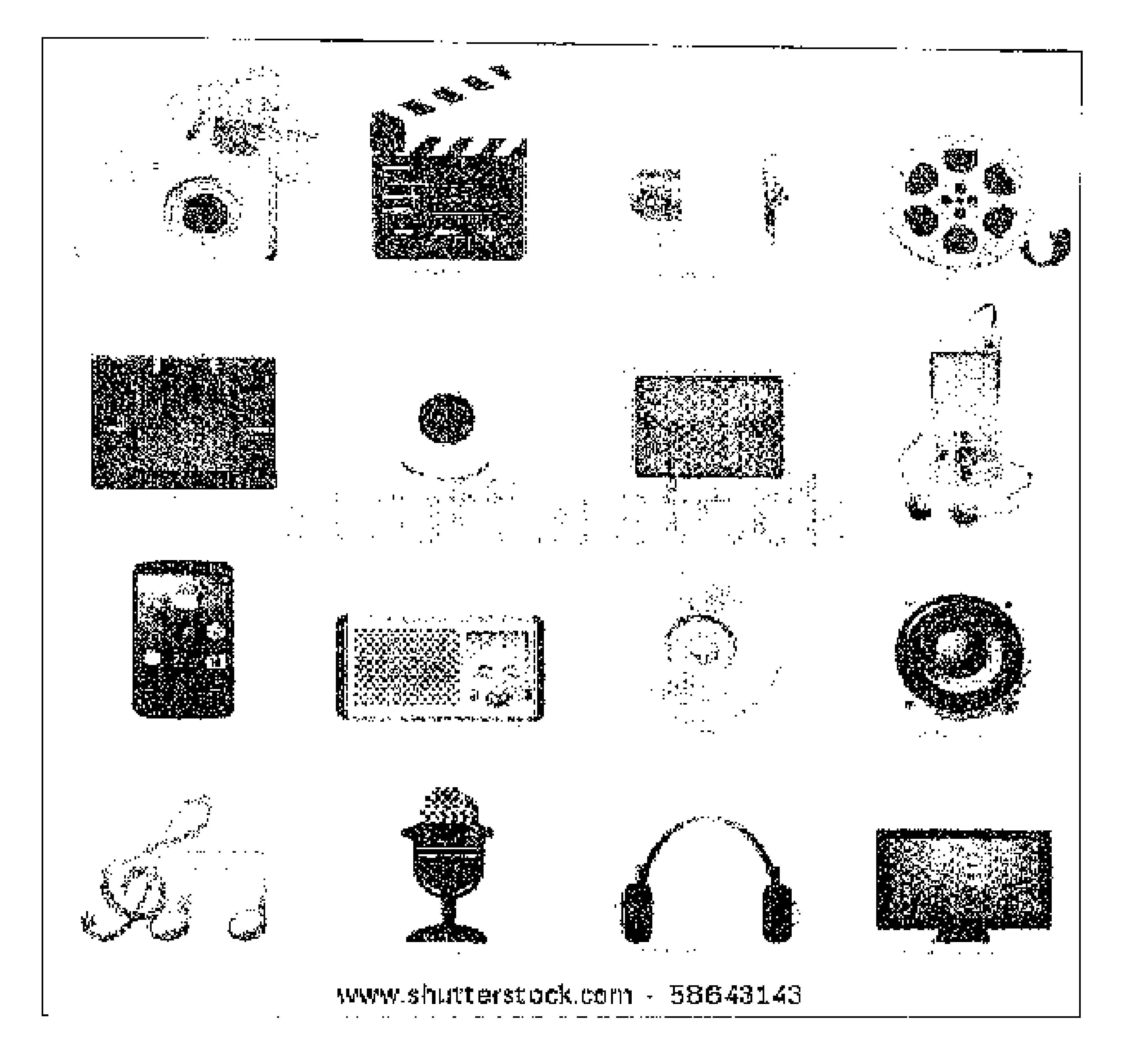
1. **مستلزمات برمجية (software) مثل:**

- برامج التأليف الإبداعية.
- برامج الرسم وتحرير الصور.
- برامج الرسوم المتحركة وإنتاج الأفلام وتحريرها.
- برامج تسجيل وتحرير الأصوات.
- برامج المحاكاة وبرامج إنتاج البيانات.
- بعض لغات البرمجة.

2. **مستلزمات مادية (hardware) مثل:**

- أجهزة حاسوب متطورة تستخدم في إنتاج البرامج وعرضها للمستخدمين.
- كاميرات تصوير عادية ورقمية.
- ماسحات ضوئية.
- مشغلات أقراص مدمجة ومضغوطة قابلة للقراءة والكتابة.

- لاقطات ومعدات صوتية وغرف صوت معزولة.
- طابعات ومعدات أخرى.



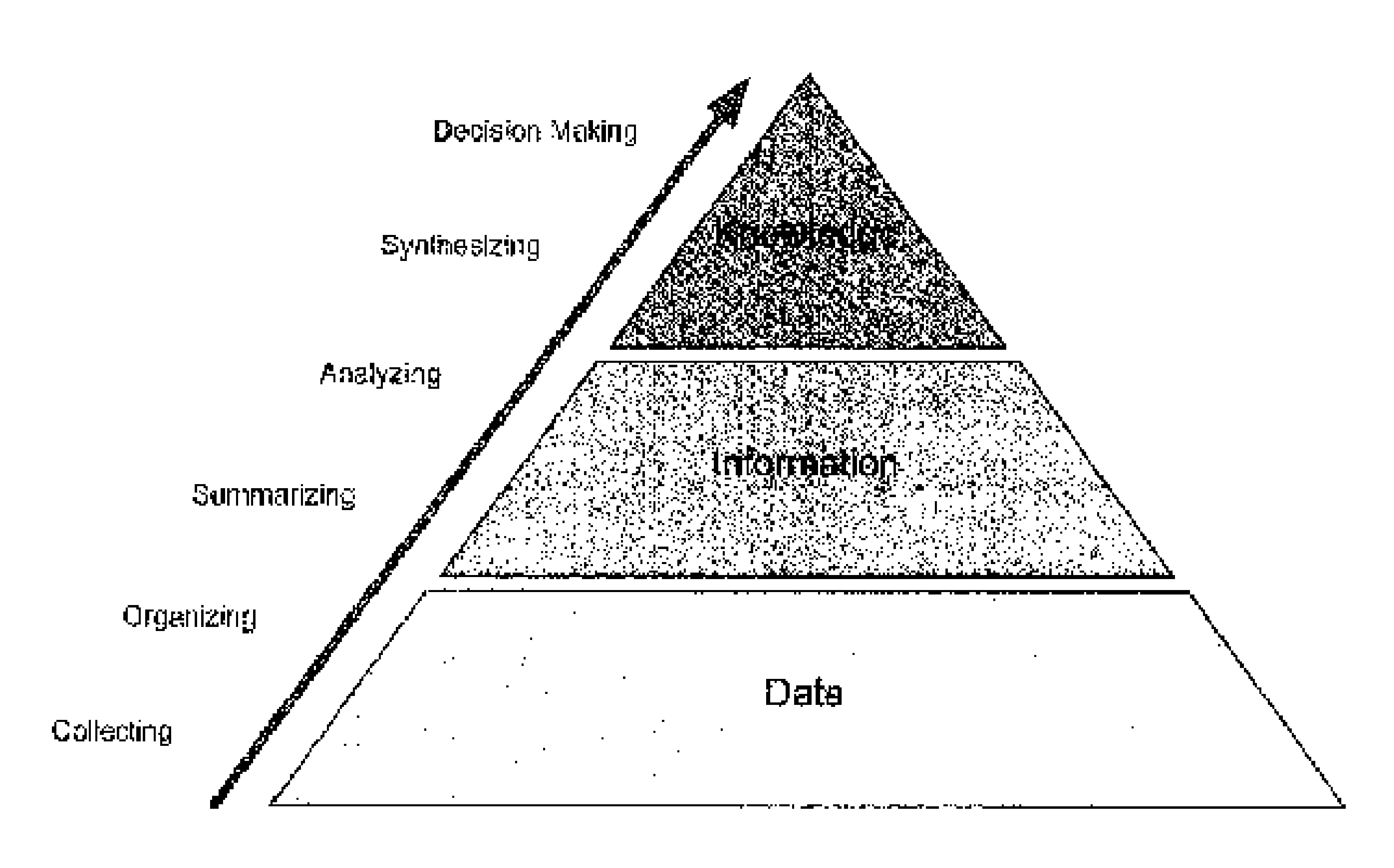
الشكل (9) أدوات الوسائط المتعددة

http://arse-ta4.blogspot.com/2012/05/blog-post_2475.html

المجتمع المعلوماتي أو المجتمع الرقمي

Information or Digital Society

عند إدخال البيانات أو المعلومات إلى جهاز الحاسوب او أي جهاز رقمي آخر من أجل معالجتها، لابد أن تكون بالصيغة الرقمية لكي تكون مهيأة لتعامل المستخدم معها لاحقا. وهنا لا بد من الإشارة إلى أن مصطلح المعلوماتية أو الرقمية هما مصطلحان متداخلان فقد ظهرا مع التطور التكنولوجي والتطور الحاسوبي، وهما يدمجان عدة عوامل أساسية مترابطة مع بعضها، وهي الإنسان والبيانات والنظم، ويعني ذلك كيفية معالجة الانسان لهذه البيانات باستخدام أحدث النظم التكنولوجية وصولا الى المعرفة (الشكل 10).



الشكل (10) تحويل البيانات إلى معرفة

http://www.nickfinck.com/presentations/bbs2005/03.html

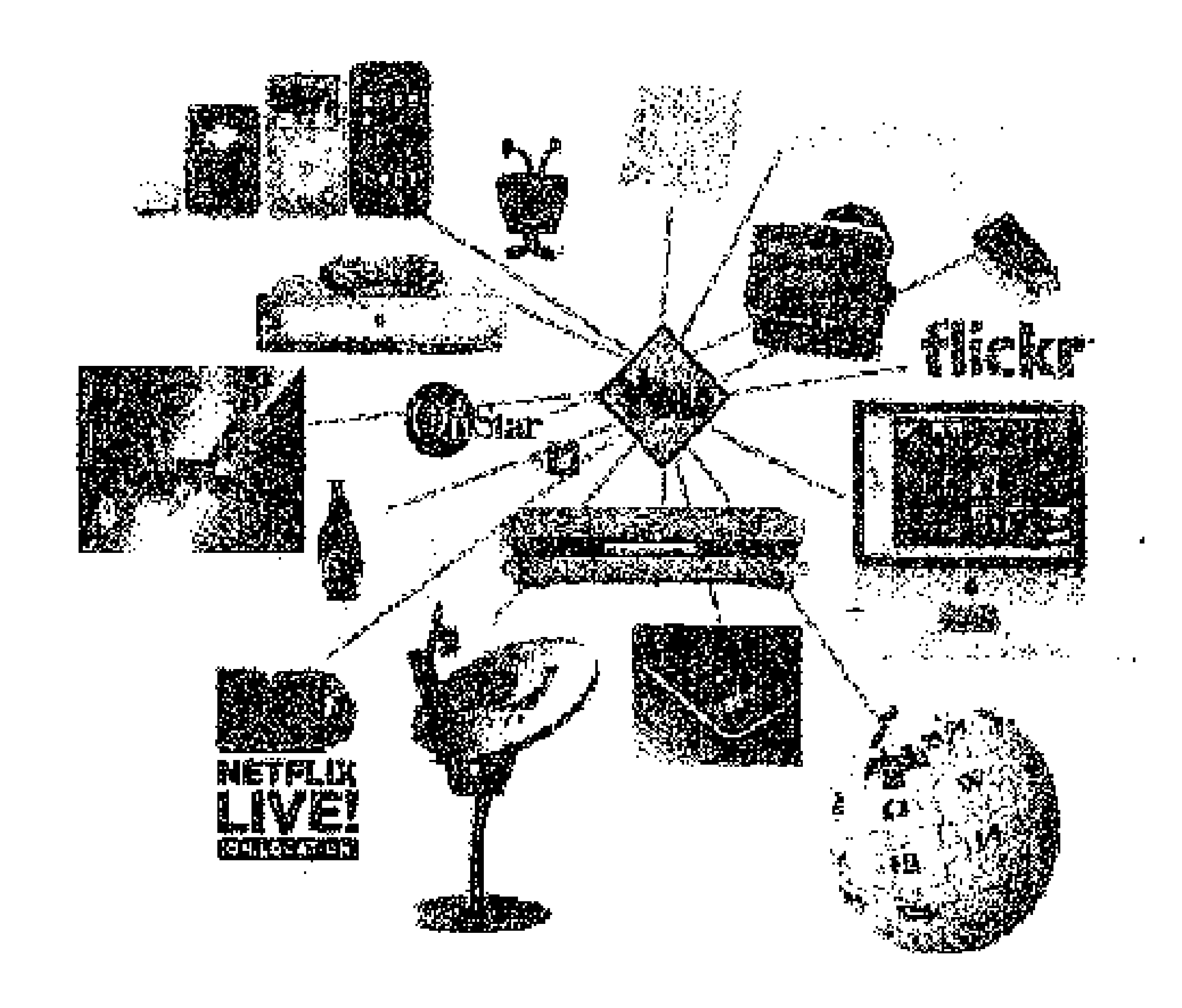
إن عصرنا هو عصر المعلومات، واقتصاد المعرفة، والتقانات، والتكنولوجيا عالية الدقة، وعصر الموبايل، والإنترنت، وغيرها من الأدوات، حيث تصبح المعلومات أكثر انتشارا واستقطابا للاستثمار. إنه مجتمع آلي ذو خصائص متفردة قوامها التفكير الآلي والتواصل عبر منظومات آلية مبتكرة تتطلب من الفرد والمجتمع، بل تضطرهما، إلى اكتساب مهارات تمكنهم من التكيف طبقا لآلياته وطريقة اشتغالها تفكيرا ومنهج حياة[1]. وهذا ما يفسر أهمية المعلومات في حياة المجتمعات المعاصرة، وهو ما يجعل المجتمع الجديد يعتمد في تطوره بصورة أساسية على توظيف المورد المعلوماتي من خلال شبكات الاتصال عبر الحواسيب والإنترنت والأقمار الاصطناعية. ويتميز هذا المجتمع بوجود سلع وخدمات معلوماتية لم تكن موجودة من قبل، معتمدة بشكل أساس على التكنولوجيا وما توظفه من تقنيات وبرامج وخوارزميات حاسوبية؛ كالذكاء الاصطناعي ونظم الخبرة وحوسبة الشبكة والحوسبة السحابية والحوسبة النقالة وغيرها.

ويهتم مجتمع المعلومات بالبحث عن المعلومة من مصادرها واستثمارها في خدمة أهداف التنمية والتطوير، من خلال وضع آليات وأدوات للمتابعة والإدارة، وصولا إلى الحالة المثالية من خلال بناء بنية تحتية للمعلومات وشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية. وعليه فإن من المهم وصول خدمات المعلومات إلى المناطق الريفية والنائية كافة واستخدام الحواسيب والإنترنت على نحو واسع في المدارس والجامعات ومؤسسات المجتمع الأخرى وعلى جميع المستويات، وتحديث الأنظمة الاعلامية والإدارية والإنتاجية، وإعادة هيكلة قطاع الاتصالات وربطه بالمعلومات والمعرفة إذا ما أردنا توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في سياقها الصحيح الشكل (11).

---

[1] علي محمد رحومة (2008). علم الاجتماع الآلي. سلسلة كتب عالم المعرفة. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

إن ما يميز مجتمع المعلومات والاتصالات ظهور خدمات كثيرة أدخلها التطور التكنولوجي، وتتمثل بالحكومة الإلكترونية والإدارة الالكترونية والأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني والبنوك الإلكترونية والإعلام الإلكتروني. كل هذا وذاك جعل المعلومات والاتصالات عصب الحياة في هذه المجتمعات، وأصبحت المنافسة شاملة وشرسة في هذا الفضاء الكوني الذي ألغى المسافات وأزال حواجز الزمان والمكان، وباتت المعلومات والخبرات الاجتماعية تنتقل بسرعة فائقة وانسيابية في جميع الاتجاهات. ولم تكن التحولات التي أحدثها هذا التقدم الكبير في تقنية المعلومات والاتصالات في طبيعة حياة المجتمعات المختلفة بدون خسائر، ذلك أن تدفق المعلومات وانتقالها بدون قيد او شرط وبدون حدود سياسية او إقليمية أدى إلى أن يكون الإعلام والمعلوماتية أداة فعالة في إدارة الصراعات والأزمات الدولية، ليس باتجاه معالجة المشكلات الاجتماعية فحسب، وإنما في مجال خلقها أيضاء وما التحولات العنيفة في الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية التي نشهدها في بلداننا إلا صورة من صور الاستخدام غير البريء لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية تحقيق مصالح الدول التي تمسك بمفاتيح هذه التكنولوجيا على حساب الشعوب المستهلكة لها.



الشكل (11) المجتمع المعلوماتي

http://abdulqadershihab.blogspot.com/2012/02/blog-post_02.html

التحول نحو المجتمع المعلوماتي

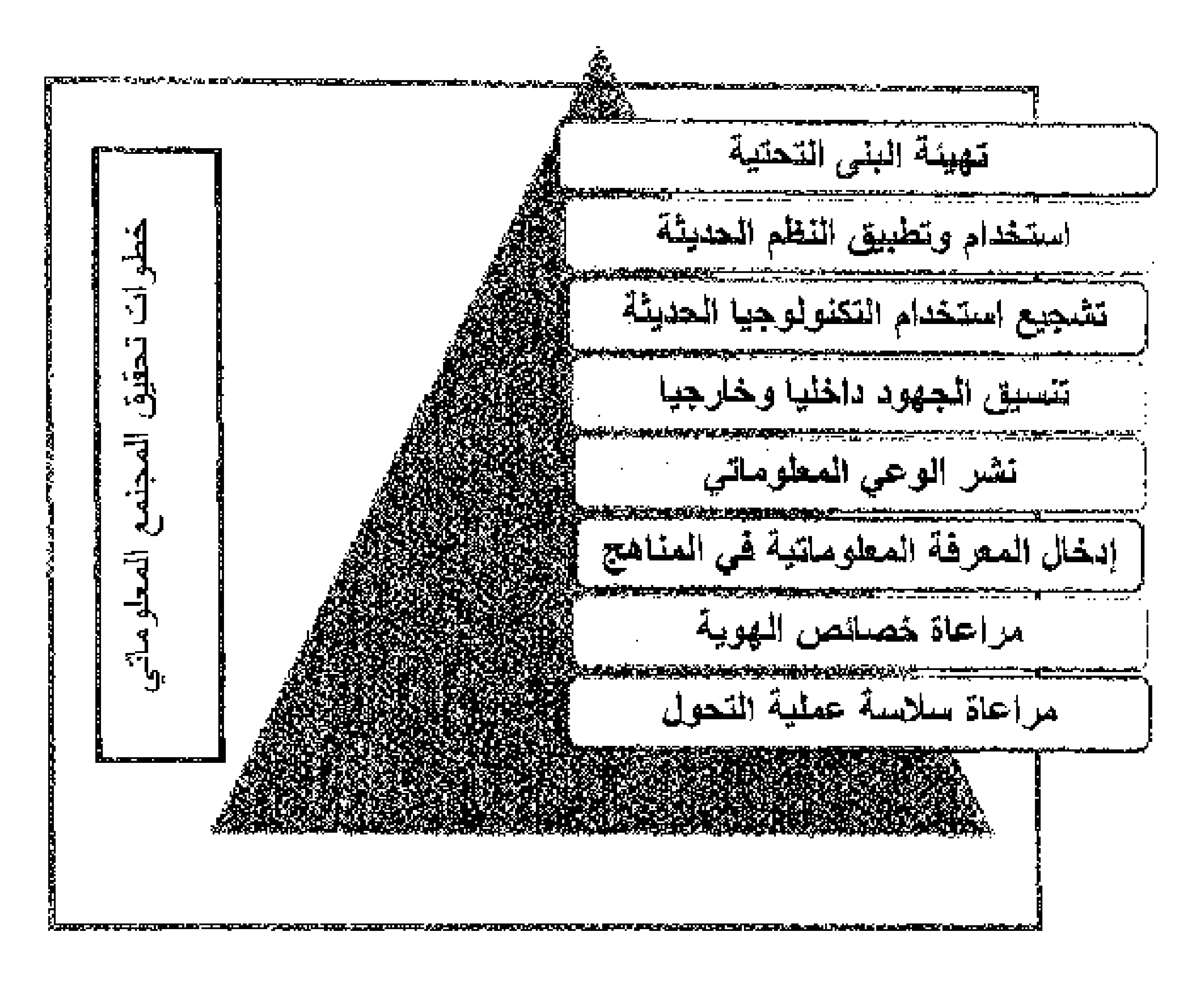
Transition to Information Society

لقد مضى على ظهور المجتمعات المعلوماتية زمن ليس قصيرا في الدول المتقدمة صناعيا، وقطعت هذه الدول على طريق تقدمها في هذا الاتجاه شوطا بعيدا وسّع الهوة بينها وبين الدول النامية، ومنها بلداننا العربية التي بدأ بعضها بخطوات خجولة وغير منظمة، بينما اخترقت هذه التكنولوجيا البعض الآخر دون أن تتنبه لما تمتلكه من قدرات على التحكم بمقدراتها وتطلعاتها.

إن تحول المجتمع التقليدي إلى مجتمع معلوماتي يتطلب جملة من الخطوات والإجراءات الجريئة والمرسومة بعناية بما يعزز قدرة المجتمع على استيعاب هذا

التحول بما لا يؤثر سلبا في قيم المجتمع وهويته الثقافية والاجتماعية. ويمكن إجمال مثل هذه الخطوات التي يوضحها الشكل (12) على النحو التالي:

1. تطوير وتهيئة البنى التحتية اللازمة لبناء المجتمع المعلوماتي من تكنولوجيا وشبكات اتصالات ووسائل إعلام لتكون مهيئة للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة بأشكالها كافة.
2. استخدام النظم الحديثة وتطبيقها في الوصول إلى المعلومات والحفاظ عليها وإدارتها وكيفية استخدامها.
3. تشجيع استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجالات الحياة العامة والخاصة، ودعم ذلك وصولا الى انتشار التكنولوجيا بشكل هادف وبناء.
4. وضع أسس صحيحة للبحث والتطوير في هذا المجال مع تخصيص الدعم الكامل من أجل بناء قاعدة علمية يستند اليها المجتمع المعلوماتي.
5. تنظيم الجهود داخليا وخارجيا مع وضع سياسة واضحة للانتقال إلى المجتمع المعلوماتي وصولا إلى الأهداف المرسومة.
6. نشر الوعي المعلوماتي في مستويات الحياة كافة واستخدام الإعلام الفعال والكفوء في تحقيق هذا الهدف.
7. إدخال المعرفة المعلوماتية في المناهج الدراسية بشكل هادف وفعال في المستويات والحقول المعرفية كافة ، وربطها بالجوانب التطبيقية في الحياة العامة والخاصة لأفراد المجتمع، مع التأكيد على تحديث ذلك وتجديده باستمرار من قبل متخصصين بهذا الجانب.
8. مراعاة خصائص الهوية الوطنية والقومية والدينية للمجتمع في مراحل التحول كافة.
9. مراعاة سلاسة عملية التحول ومنهجيتها بما لا يتسبب في خروجها عن الأهداف المرسومة لها.

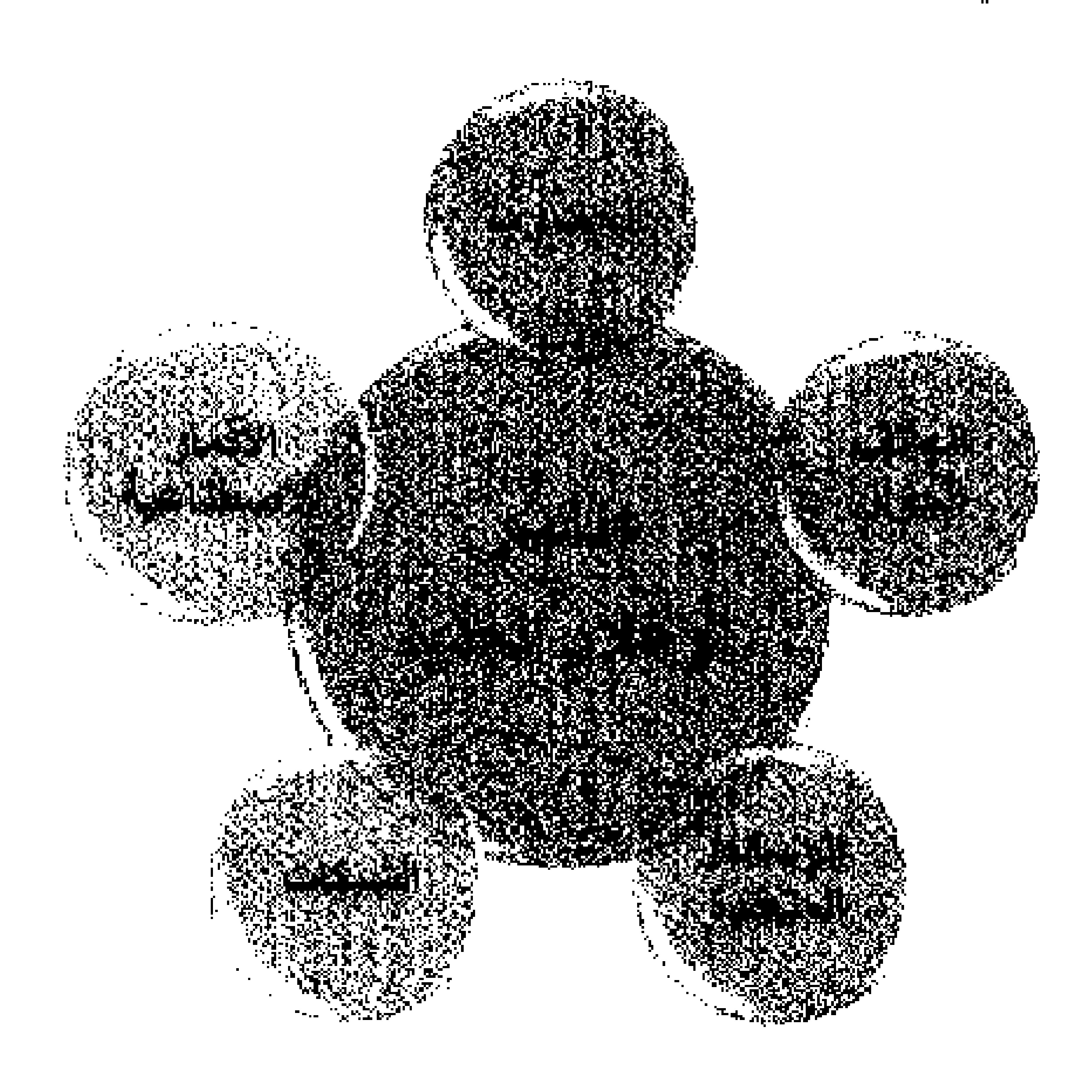


الشكل (12) خطوات تحقيق المجتمع المعلوماتي

الإعلام الجديد New Media

ما تناولناه في هذا الفصل من حقائق التطور الكبير الذي شهده العالم في ميدان الاتصالات والمعلومات، وما ترتب على هذا التطور الشامل من تحولات جوهرية في البيئة الاتصالية المعاصرة انعكست بمظاهر شتى على واقع الإعلام الذي نشهده اليوم، والذي يمكن أن نصفه بأنه "إعلام جديد"، وهي تسمية لا ندعي ابتكارها، فقد أطلقت هذه التسمية وغيرها من المسميات على الإعلام المعاصر؛ كالإعلام الرقمي، والإعلام التفاعلي، وإعلام المعلومات، وإعلام الوسائط المتعددة، والإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media، والإعلام السيبروني Cyber Media، والإعلام التشعيبيHyper Media. والإعلام الجديد، استنادا لما تناولناه في هذا الفصل هو ناتج العملية الاتصالية المتشكلة من اندماج

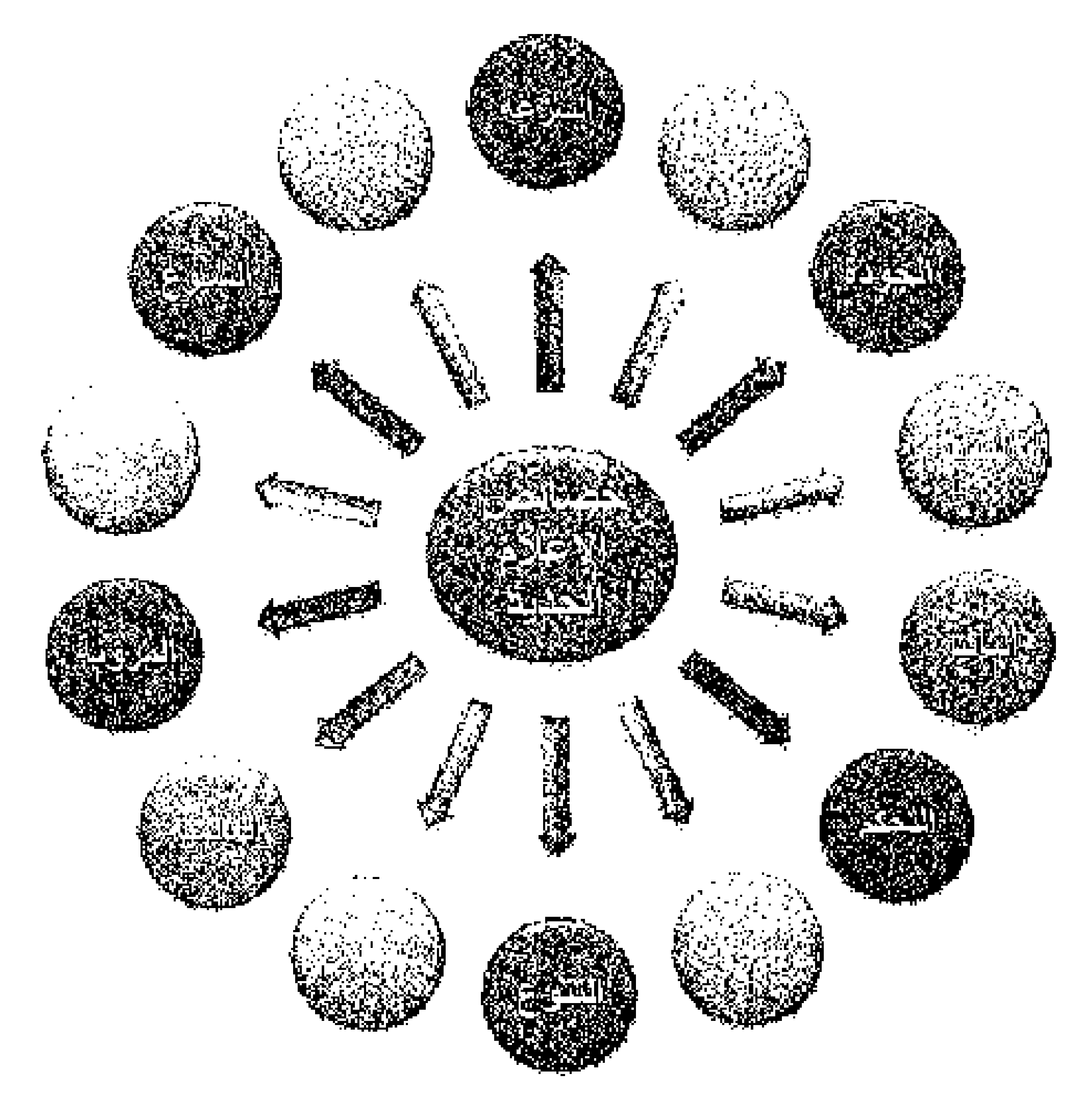
عدة عناصر: الحاسوب والشبكات والوسائط المتعددة وتكنولوجيا الهاتف النقال، وكذلك تقنية الأقمار الاصطناعية. وهو إعلام استند إلى بنية تحتية معرفية وصناعية ومهارية تفوقت على ما كان سائدا منها قبل ظهور هذه التكنولوجيات، وتأسست على تفاعل هذه التكنولوجيات فيما بينها من جهة، وتفاعل الجمهور معها من جهة أخرى على نحو صار معه الجمهور عنصرا محركا بعد أن كان عنصرا متلقيا وحسب في المراحل السابقة.



الشكل (13) عناصر الإعلام الجديد

خصائص الإعلام الجديد:

لو تفحصنا ما أحدثته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات متمثلة بالحاسوب والإنترنت والأقمار الاصطناعية، وما نشأ عنها من تطبيقات لا حصر لها في حياتنا اليوم، لأمكننا أن نستخلص جملة من السمات التي تطبع البيئة الاتصالية في عالمنا اليوم، والتي تحدد ملامح مرحلة ما بعد ظهور الإنترنت:

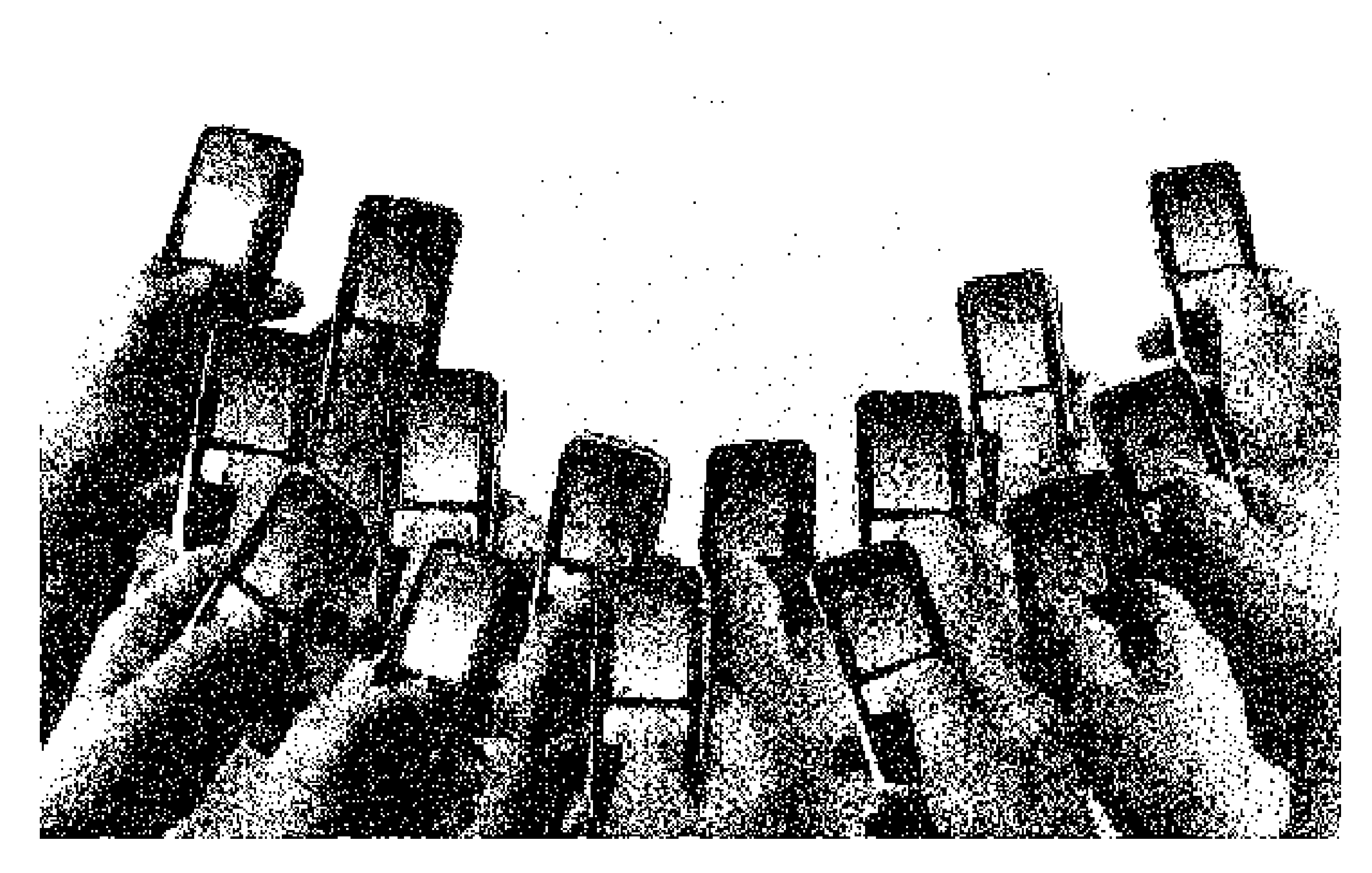


الشكل (14) خصائص الإعلام الجديد

- **السرعة:** أصبح من الواضح أن مستخدم الوسائل الجديدة، الحاسوب والهاتف والراديو الرقمي والتلفزيون الرقمي والهاتف المحمول يستطيع تبادل رسائله وخطابه مع الطرف الآخر بصورة أكثر سرعة من المرحلة التي سبقت ظهور الإنترنت والأقمار الاصطناعية.

- **الشمول:** لقد اتسعت استخدامات الوسائل التقليدية كالصحافة والتلفون والإذاعة والتلفزيون في ظل التكنولوجيا الجديدة، كما اتسعت رقعة انتشارها لتضم زوايا العالم كله، أرضا وجوا وبحرا.
- **الجودة:** هناك تطور ملموس في جودة الصوت والصورة ووضوحهما في البث الإذاعي والتلفزيوني والاتصالات الهاتفية والتبادل الإخباري والتراسل النصي عبر الإنترنت والهواتف المحمولة والتلكس وغيرها، وهو ما كانت الاتصالات المتاحة سابقا تشكو من عدم توفره لعقود طويلة، مما يتسبب في عرقلة عملية الاتصال عبر هذه الوسائل، أو تشويشها، أو انقطاعها.
- **التنافذ:** إن التآزر بين وسائل الاتصال بما يؤمن دعم خصائص كل منها للأخرى أصبح سمة مميزة لوسائل الاتصال اليوم في ظل التقنية الجديدة، فالحاسوب يدعم جودة إنتاج الصحيفة الإلكترونية، والقمر الاصطناعي يدعم جودة الصوت والصورة التي نتداولها عبر الإنترنت، والهاتف صار يستفيد من تطبيقات الحاسوب والإنترنت والكاميرا.
- **التأثير:** إن ما تتمتع به الوسائل الحديثة من إمكانات استخدام الوسائط المتعددة، الصوت والصورة واللون والحركة والنص، قد فاقت كثيرا ما سبق أن امتلكته الوسائل التي سبقتها. وتشير الدراسات إلى أن واقع التلقي يؤشر حالة من الانبهار بما تقدمه وسائل الاتصال الحديثة لدى شرائح واسعة من الجمهور بصورة تدعو الكثير من الإعلاميين والمربين إلى القلق مما يمكن أن تشكله ثقافة الصورة من مخاطر على فئات الأطفال والشباب بخاصة.
- **التحكم:** تميزت وسائل الاتصال في هذه المرحلة بقدرة متجددة على التكيف لرغبات المستخدم من حيث التحكم بالوقت أو الشكل أو المضمون الذي يرغب في التعامل معه، كما يحقق للمتلقي قدرا عاليا من الخصوصية، وهي صفة تسجل لهذه الوسائل وعليها في وقت واحد، كما سنرى في فصل لاحق من هذا الكتاب. من جهة أخرى فقد أصبح بمقدور الجمهور أن يكون هو نفسه مصدرا للأخبار والوثيقة

الميدانية باستخدام هاتفه النقال بكل سهولة ويسر. ولم يعد من الصعب على المتلقي أن يرسل وثيقة نصية أو صوتية أوصورية إلى وكالات الأنباء أو مواقع الإنترنت لتكون خلال لحظات أمام العالم كله بوسائل عدة وبأشكال عدة. وقد استخدمت العديد من المحطات الإذاعية والتلفزيونية ووكالات الأنباء والصحف هذه الإمكانية في تغطية وقائع أحداث ساخنة في مواقع عديدة في العالم في وقت واحد بالاستعانة بجمهورها في رصد الأحداث ونقلها من أماكن الأحداث (الشكل 15).



الشكل (15) أخبار من كل مكان بالهاتف الجوال

http://ar.algerie360.com/

- **التفاعل**: وهي صفة أنتجتها القدرات الجديدة لوسائل الاتصال بحيث ألغت نمط التلقي السلبي غير التفاعلي الذي كان يعاني منه الجمهور في تعامله مع الوسائل السابقة، فقارئ الصحيفة الإلكترونية أو مشاهد التلفزيون، أو مستخدم الإنترنت يستطيع أن يوصل رأيه للكاتب أو المقدم بصورة ميسرة وسريعة.

- **التنوع:** إن قدرة الإنترنت والأقمار الاصطناعية على نقل ملايين الرسائل والمواد السمعية والصورية في وقت واحد أتاحت للمتلقي نوافذ بالغة التنوع لتلبي طيفا واسعا من الرغبات في مختلف التخصصات، بل إننا نجد محطات تلفزيونية مثلا تتخصص بالأطفال أو المرأة أو الرياضة أو الطبخ أو الرحلات أو غيرها.
- **التكامل:** تتكامل عناصر التقنية في الوسائل التي تتيحها البيئة الاتصالية المعاصرة بما يسهل مهمة المستخدم بصور مختلفة. وربما يبرز ذلك بصورة جلية اليوم في الهواتف الذكية التي تمكن المستخدم من الكتابة والتصويروالتراسل والتشارك بالوثائق والتحدث بالصورة والصوت وخزن المعلومات بأشكالها المختلفة ومتابعة المحطات الإذاعية والتلفزيونية المفضلة وغير ذلك من جهاز الهاتف الشخصي دون عناء يذكر.
- **العالمية:** لم تعد الرسائل المتبادلة بين جمهور وسائل الاتصال حبيسة النطاق المحلي أو الإقليمي بل اتسعت لتشمل العالم كله. ولم يعد غريبا أن تجد ابنك ذا السنوات العشر قد ارتبط بصداقات عديدة في بلدان أخرى قد لا يعلم مواقعها على خارطة العالم. وهو مؤشر يتصل بجوانب تربوية واجتماعية وثقافية عديدة ستأتي عليها لاحقا.
- **المرونة:** تتسابق شركات صناعة المعلومات ووسائل تداولها على توفير خدماتها بأسرع وقت وأفضل صورة للفوز بثقة جمهورها وتحقيق أفضل عائد اقتصادي في النهاية. لذلك فهي دائمة السعي إلى تحقيق رغبات جمهورها، والتكيف لظروفه وجدول نشاطه اليومي في البيت ومكان العمل وفي الشارع والأماكن العامة، بما يحقق للمستخدم أعلى مرونة ممكنة في استخدام تكنولوجيا الاتصال للتواصل مع الأخبار والأحداث وتقلبات الأسعاروالأنواء الجوية وما يفضله من برامج تلفزيونية وغيرها. وعلى سبيل المثال فقد ذهبت إحدى محطات التلفزيون إلى إنتاج برامج خاصة لتعليم اللغة بالصوت والصورة ووزعتها لمستخدمي الهاتف

المحمول لغرض تعلم اللغة من خلال هواتفهم في أوقات فراغهم وهم في محطة انقطار أو مكان العمل.

- **التزامن:** من المعلوم أن جل وسائل الاتصال في المرحلة التي سبقت ظهور الحاسوب والإنترنت كانت غير قادرة على التراسل المتزامن بين المرسل والمستقبل باستثناء المورس والهاتف. أما في المرحلة التي أعقبت ظهورهما فإن التواصل المتزامن أصبح سمة مميزة، بل إنه يتم باستخدام الصوت والصورة والنص في وقت واحد.
- **الشيوع:** لم تعد الوسائل الحديثة مقتصرة على الميسورين من الناس، فقد سعت شركات الإنتاج إلى عرض منتجاتها منها بأسعار تنافسية. وعلى الرغم من ذلك فإن الوسائل الحديثة تتطلب من مستخدميها اكتساب قدر من المهارات التي تمكنه من استخدامها على عكس الوسائل التي سبقتها، ومع ذلك فإن استخدام وسائل الاتصال الحديثة هو اليوم أكثر شيوعا بكثير من ذي قبل.
- **التخزين:** إذا كانت أولوية معظم وسائل الاتصال في المرحلة السابقة تعنى بإيصال الأخبار والوثائق، ولا تعنى بتوثيق المعلومات، باستثناء بعضها، فإن أولوية الحاسوب والإنترنت هي خزن كم هائل من المعلومات المصنفة طبقا لاحتياجات المستخدم، والمتاحة وقت الطلب. وهو ما يجعلها مصدرا أساسيا للمعرفة والإعلام في مختلف الميادين، هذا فضلا عن سهولة الوصول إليها، وتعدد الأشكال التي تحفظ بها هذه المعلومات.

مظاهر مصاحبة:

إن الحديث عن "بيئة اتصالية جديدة" أو "واقع إعلامي جديد" لا يعني الحديث عن حداثة التقنية وحسب، أو آليات اشتغالها، وجودة عملية التواصل وسلاستها فقط، بل كذلك ما نشأ عن هذا الواقع وبيئته من أنساق عيش ومناهج حياة وبنى فكرية وظواهر اجتماعية استدعتها ضرورات التحولات الجديدة هذه. ويمكن هنا

التوقف عند بعضها بصورة مختصرة، على أن نتناولها في الفصول اللاحقة بصورة أكثر تفصيلا:

- ظهور صناعات ومهن إعلامية جديدة تتطلبها طبيعة المهام المطلوبة وأنماط الإنتاج المستحدثة.
- كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى، وظهور قوى إعلامية مؤثرة جديدة قد لا تتسم بقدراتها التمويلية العالية، ولكن بقدرتها على النفوذ عبر بوابات التكنولوجيا إلى العالمية .
- ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين من غير المتخصصين، والذين يبرعون في استخدام التقنية ويتفوقون على أصحاب التخصص من الإعلاميين المحترفين في التأثير في الجمهور.
- ظهور منابر جديدة للحوار، بعد أن أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويستفسر ويعقّب بكل حرية، وبسرعة فائقة.
- ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور، ونمو أثر الجمهور في صنع اهتمامات الإعلام وتوجيهها.
- ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة ذات صلة بخصوصية المجتمعات وأمنها الثقافي والفكري والأخلاقي.
- نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي وشبكات التواصل الاجتماعي التي يتم فيها الحوار بصورة متزامنة وغير متزامنة عبر القارات.
- ارتفاع سقف حرية التعبير ، مع تطور قدرات الرقابة على الإعلام.
- تفتيت الجماهير وتراجع الإعلام الجماهيري الواسع الذي أدارته وسائل الإعلام التقليدية لعقود طويلة بما يؤذن بانتقال الإعلام إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص.

أسئلة الفصل الثاني

1. ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)؟
2. ما علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالإعلام؟
3. كيف يكون الترابط بين نظم الاتصالات والإعلام؟
4. ماخصائص المجتمع المعلوماتي أو المجتمع الرقمي؟
5. ما المقصود بكسر الحواجز والقيود في مجتمع اليوم؟
6. ما الخطوات التي يفترض اتباعها بغية التحول إلى المجتمع الرقمي؟
7. ما شبكة الإنترنت؟ كيف تعمل، وما أهميتها للإعلام؟
8. ما الاسباب التي أدت الى انتشار الإنترنت السريع؟
9. ما المقصود بمصادر المعلومات وما انواع هذه المصادر؟
10. عدد مصادر المعلومات الحديثة المتداولة اليوم.
11. ما ميزات مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الإعلامية؟
12. كيف تعمل مواقع التواصل والإعلام الاجتماعي؟
13. كيف يعمل الموبايل كوسيلة اعلامية؟
14. ما المقصود بتكنولوجيا الوسائط المتعددة ؟ وما مكوناتها ؟
15. ما خصائص تكنولوجيا الوسائط المتعددة؟
16. لماذا يصعب اخفاء المعلومات في عالم الإعلام الجديد؟
17. ما الاعلام الجديد وما عناصره؟
18. ما خصائص وميزات الاعلام الجديد ؟
19. ماهي الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد؟
20. ما الملامح الإعلامية لعصر الإنترنت والأقمار الاصطناعية؟

21. كيف تعمل الإنترنت مع الأقمار الاصطناعية في زيادة فاعلية وسائل الاتصال؟

22. قارن بين سمات الإعلام في المرحلة التي سبقت اختراع الإنترنت والأقمار الاصطناعية والمرحلة التي أعقبت ظهورها.

الفصل الثالث

أدوات الإعلام الإلكتروني (أو الرقمي) وأشكاله

يتوقع من القارئ الكريم أن يكون قادرا بعد قراءة هذا الفصل أن يوضح المقصود بكل من أدوات وأشكال الإعلام الإلكتروني التالية، ويحدد خصائصها، ويقارن بين إمكاناتها الاتصالية وإمكانات الوسائل التي سبقتها:

- النشر الإلكتروني
- الصحف الإلكترونية
- المكتبات الإلكترونية
- المنتديات الإلكترونية
- المدونات الإلكترونية
- مواقع عرض المواد المرئية والمسموعة
- الاعلانات الإلكترونية
- البث عبر الهاتف المحمول
- المواقع الشخصية
- المجموعات البريدية
- التوثيق الإلكتروني
- غرف الحوارات
- وكالات الأنباء الإلكترونية
- دور النشر الإلكتروني

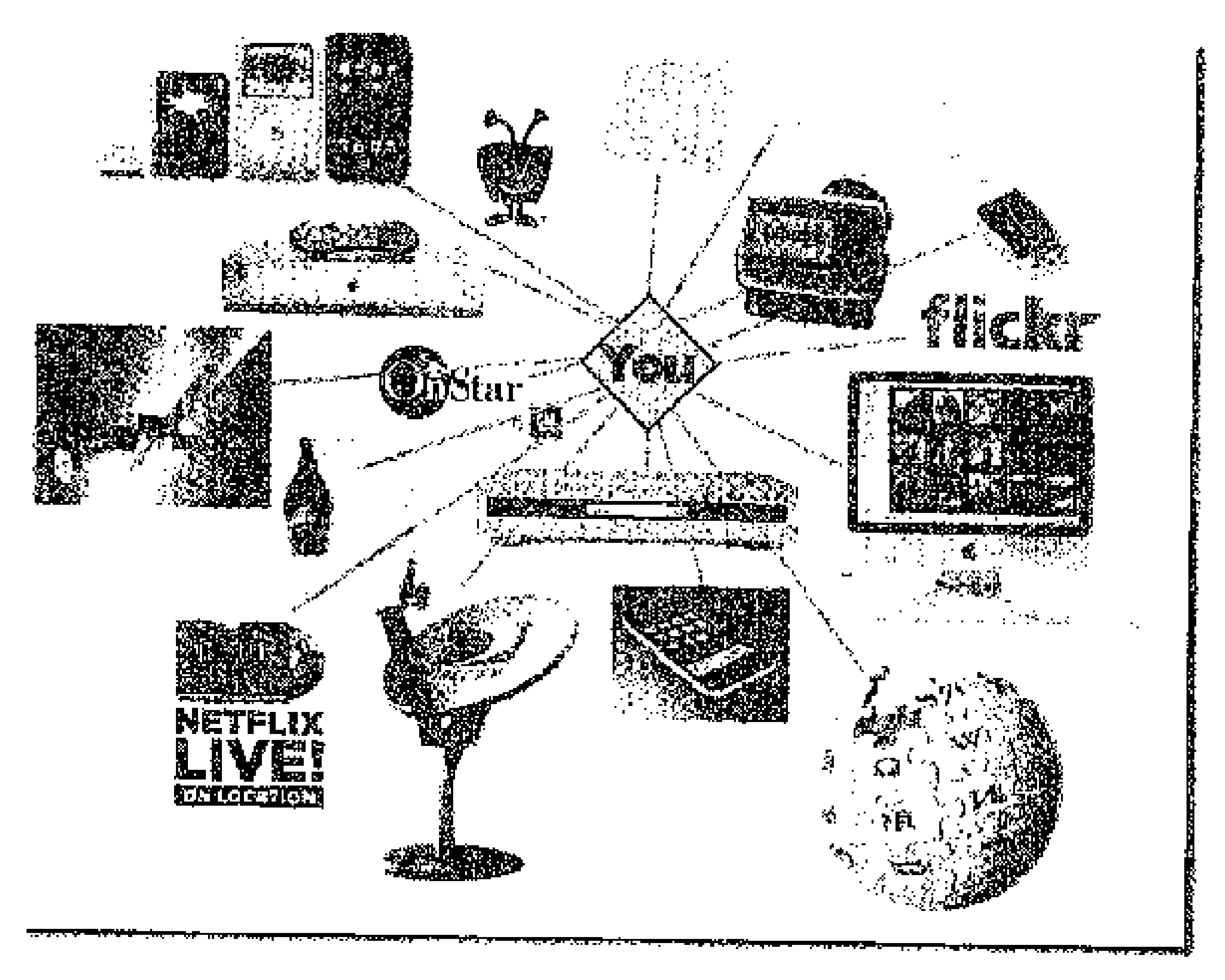
أدوات الإعلام الإلكتروني

(أو الرقمي) وأشكاله

وسائل الإعلام الإلكتروني أو الرقمي:

Electronic or Digital Media

قلنا إن عالمنا اليوم يتحول تدريجيا الى عالم إلكتروني رقمي في ظل التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما إن المجتمع هو الآخر يتحول شيئا فشيئا إلى مجتمع رقمي، يسميه البعض "مجتمع المعلوماتية" و"مجتمع التقانات العالية" و"مجتمع الرقميات" وغيرها من التسميات التي تتمحور حول التطور التكنولوجي. ويشهد إعلام اليوم سباقا كبيرا في ميدان استخدام التكنولوجيا الإلكترونية والرقمية بعد أفول مرحلة الإعلام التقليدي. فالحاسوب أصبح رقميا، والكاميرا أصبحت رقمية، والهاتف المحمول أصبح رقميا، والألعاب أصبحت رقمية، والراديو والتلفزيون أصبحا رقميين، والاتصالات والبيانات كلها أصبحت رقمية، وكلها تصب في المجتمع الإعلامي الرقمي. الشكل (1)



الشكل (1) أدوات وأشكال الإعلام الإلكتروني أو الرقمي

http://soufaouraktakhafia.blogspot.com/2013/03/blog-post_2957.htm

لقد تناولنا في الفصلين الأول والثاني أهم الخصائص التي ميزت البيئة الاتصالية في المرحلة التي سبقت ظهور الحاسوب والإنترنت والمرحلة التي أعقبت ظهورهما. ومن الواضح أن هذه الخصائص جاءت نتيجة الحاجات الاجتماعية المتجددة التي فرضت اتجاهاتها على طبيعة هذا التطور واتجاهاته. وبالمقابل فإن تطور خصائص التكنولوجيا، وبالتالي تطور خصائص وسائل الاتصال، قد تدفع باتجاه توظيف التكنولوجيا ووسائلها بأقصى قدراتها المتاحة بغية تطوير الحياة وصيغها إلى أبعد مدى ممكن حسب متطلبات الفرد والمجتمع.

إن ذلك لايعني أن كل ما ينتج عن هذه المعادلة المتنامية سيخدم الأغراض الإعلامية بالاتجاه الإيجابي؛ ففي الوقت الذي تسجل المؤسسات التربوية والصحية

والخدمية والمؤسسات المصرفية والعلمية والصناعية وغيرها نجاحات مهمة على صعيد استخدام التكنولوجيا الحديثة في تطوير آليات عملياتها ومخرجاتها، وفي الوقت الذي تحقق المؤسسة الإعلامية قفزات نوعية كبيرة باتجاه خدمة جمهورها والاستجابة لتطلعاته في متابعة الأخبار وتعرف العالم ومد جسور التفاهم بين الشعوب، وتعرف تجارب المجتمعات وتقريبها من بعضها، نجد أن التجارب العالمية تمدنا بمؤشرات كثيرة على استثمار التكنولوجيا الحديثة لخدمة مصالح الشركات والمستثمرين ودعم الأطماع الاقتصادية والسياسية على حساب مصالح الشعوب وتطلعاتها المشروعة، وهنا يكون الإعلام وأدواته الحديثة في مقدمة ما يستثمره هؤلاء لتحقيق أغراضهم.

لقد انعكست خصائص المرحلتين المذكورتين كما ذكرناها في الفصلين الماضيين، بقدر تعلق الأمر بميدان الإعلام، على طبيعة الواقع الذي نعيشه اليوم. فأما الظواهر والمشكلات التي تتصل بالاستخدامات والتطبيقات الجديدة لوسائل الاتصال في ميدان الإعلام، وما طرأ على الساحة الإعلامية من تحولات في ظل وجودها، فستكون موضع مناقشة في الفصول اللاحقة، لكن ما نركز عليه في هذا الفصل هو الأشكال الجديدة التي أنتجتها الخصائص التي تحدثنا عنها، والتي صارت تهيمن على الساحة الاتصالية، في المرحلة التي أعقبت ظهور الحاسوب والإنترنت.

أدوات الإعلام الإلكتروني وأشكاله:

عندما ننتقل بتعاملنا مع أدوات الإعلام من البيئة التقليدية في مرحلة ما قبل ظهور الحاسوب والإنترنت إلى البيئة الإلكترونية أو البيئة الرقمية، فإن ذلك يعني أننا نحول البيانات المتوفرة لدينا من صيغها الأولية إلى بيانات إلكترونية أو رقمية، لتكون مهيأة للدخول إلى النظم والأجهزة الرقمية لمعالجتها وخزنها ثم تداولها، ومن

هذه النظم والأجهزة الحاسوب، والهاتف، والراديو، والتلفزيون، وآلة التصوير، وأجهزة الاتصال، وغيرها.

لقد كانت المجتمعات القديمة صغيرة العدد قياسا لأعدادها في الوقت الحاضر، بسيطة التركيب قياسا بتركيبها الحالي. وكان تداول المعلومات يتم بوسائل تدعم مفهوم المشاركة، لذلك فقد توسعت تطبيقات الوسيلة الجماهيرية كالصحافة والراديو والتلفزيون. وهذا بدوره مثّل عنصر القوة الحقيقي للإعلام وقتذاك. لكن وسائل الاتصال سرعان ما انعطفت لتلبية خصوصيات الأفراد كذلك في معادلة بالغة التعقيد تجمع بين التوجه لجمهور يمتد على طول العالم وعرضه، والتوجه في الوقت نفسه لكل من أفراد هذا الجمهور بوصفه كيانا مستقلا له خصوصيته من جهة أخرى، وهو ما تعكسه تطبيقات جميع الوسائل المستحدثة في الإعلام الجديد كما سيتضح في هذا الفصل، وبذا تتحقق فردية التلقي وجماهيريته في وقت واحد. وتنظم هذه التطبيقات طبقا لبروتوكولات واتفاقات دولية تخضع للتطوير المستمر، وتراقب أيضا على وفق آليات متفق عليها. وهو موضوع لا يسلم دائما من الخروقات التي تصل إلى حد الجريمة التي يحاسب عليها القانون.

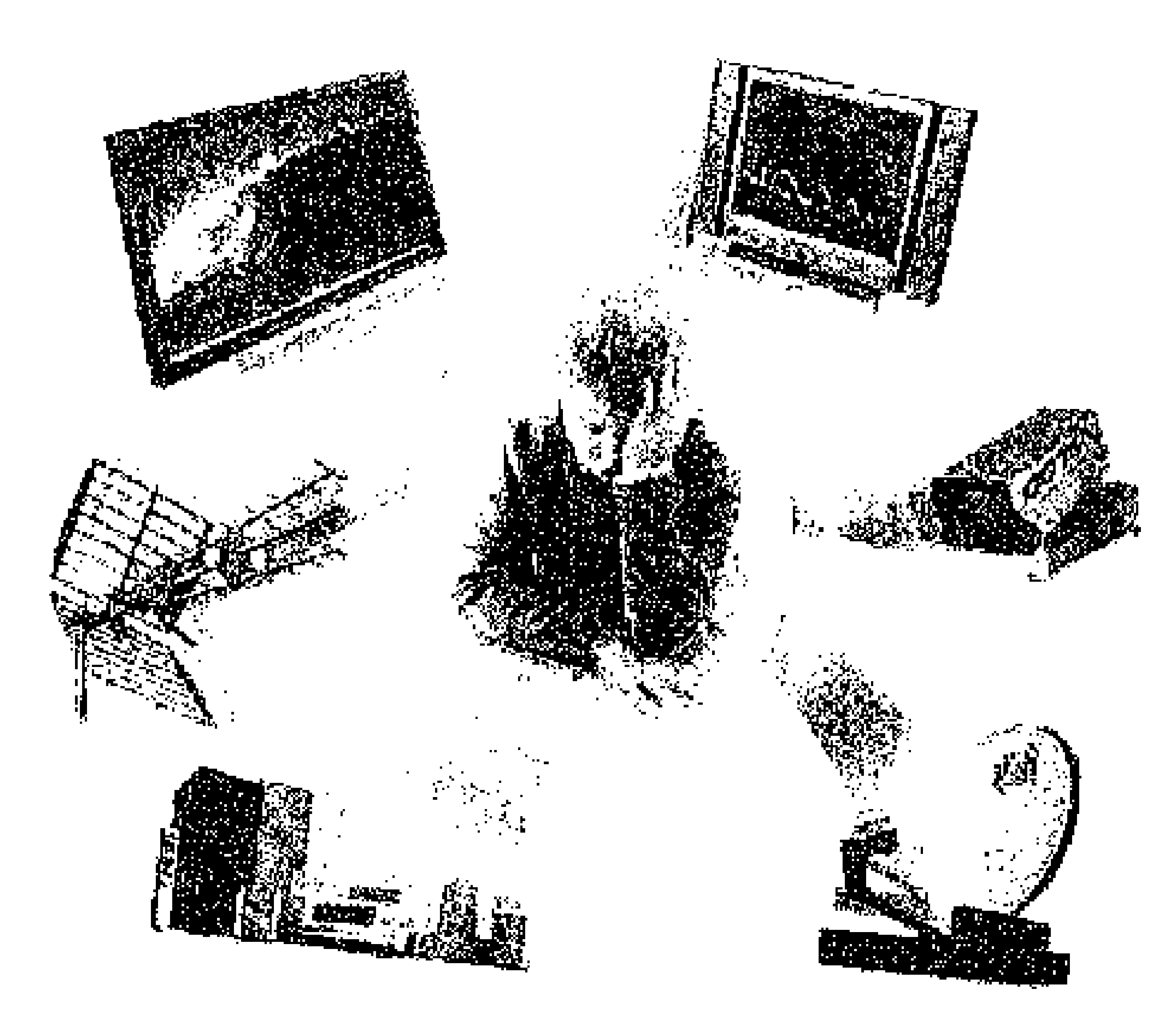
وقد اجتهدنا في حصر التطبيقات الجديدة لتكنولوجيا الحاسوب والإنترنت في ميدان الاتصال والإعلام والمعلومات ووسائلها الجديدة، الرقمية أو الإلكترونية، على النحو التالي كما يتضح في الشكل (2):

- **النشر الإلكتروني:** استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في نقل وتبادل المعلومات باستخدام الوسائط المتعددة سواء أكانت نصا أم صوتا أم صورة أم فيديو.
- **الصحف الإلكترونية:** مواقع إلكترونية لها عناوين ثابتة، تقدم الخدمات الصحفية على الشبكة فتنتشر الأخبار والوثائق المتصلة بها، والتقارير الصحفية والتحقيقات والمقالات وغيرها، وتصدر في مواعيد معينة.

- **المنتديات الإلكترونية:** مواقع إلكترونية تسمح لأعضائها بطرح مواضيع متنوعة، وتبادل الأفكار والوثائق باستخدام الوسائط المتعددة من خلال إجراءات يحددها المسؤول عن المنتدى.
- **المدونات الإلكترونية:** أحدى تطبيقات الإنترنت، وتشمل مذكرات ومقالات ويوميات وتجارب ووصفا لأحداث وغيرها باستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية.
- **مواقع عرض المواد المرئية والمسموعة:** مواقع إلكترونية على الإنترنت لبث المواد المرئية والمسموعة وتبادلها.
- **مواقع الإعلان الإلكتروني:** لتقديم خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف الوسائل الإلكترونية سعيا وراء الانتشار الواسع والسريع.
- **البث عبر الهاتف المحمول:** البث عبر الهاتف الجوال للرسائل القصيرة والإعلانات عبر خدمتي الرسائل النصية والرسائل المصورة وغيرها.
- **المواقع الشخصية:** مواقع ينشئها أشخاص لعرض سيرتهم الذاتية، واهتماماتهم، ولتمكينهم من التواصل مع أصدقائهم ومحبيهم وذوي الاهتمام المشترك.
- **المجموعات البريدية:** مواقع لتقديم خدمة التواصل عبر البريد الإلكتروني بين مجموعة من الأفراد بهدف نشر ما يهتمون به من معلومات وتبادل الوثائق فيما بينهم.
- **الأرشيف الإلكتروني:** المواقع التي تحتوي على معلومات ووثائق متنوعة الصيغ والأشكال تكون في متناول المستخدم عند طلبها عبر الإنترنت.
- **غرف الحوارات:** تطبيق للحوار عبر الإنترنت يسمح بالتواصل بين شخصين أو أكثر باستخدام الوسائط المتعددة، وبصور متعددة تنظمها قواعد محددة للاستخدام.

- **وكالات الأنباء الإلكترونية:** مواقع إلكترونية لها عناوينها الثابتة التي تقدم خدمات النشر الصحفي باستخدام الوسائط المتعددة عبر الإنترنت، ويسهم المشاركون فيها من المؤسسات والأفراد مقابل رسوم مالية محددة دون أن يتمكن غير المشتركين من مشاهدة الصفحات ذاتها التي يتم تخصيصها للمشتركين.
- **دور النشر الإلكترونية:** مواقع تتولى إصدار المنتجات العلمية والثقافية والفنية بصيغ إلكترونية وعرضها للتداول.

سنحاول في الصفحات المقبلة الإحاطة بما يتصل بهذه الصيغ الإلكترونية من تطبيقات إعلامية متقدمة تفوقت على ما كان سائدا من تطبيقات في المرحلة التي سبقت ظهور الحاسوب والإنترنت.



الشكل (2) مجموعة من أدوات الإعلام الإلكتروني

http://www.annabaa.org/nbanews/2010/02/080.htm

النشر الإلكتروني:

يقصد بالنشر الإلكتروني طباعة المعلومات وتوزيعها عبر تقنيات جديدة تستخدم الحاسوب وبرامج النشر الإلكتروني بدل النشر التقليدي على الورق، وتوزيعها عبر استخدام أوعية المعلومات المحمولة كالأقراص والذاكرة المحمولة flash memory وغيرها، أو مباشرة عبر شبكة الإنترنت (الشكل 3). ويمكن نشر النصوص باستخدام صيغة HTML، أو باستخدام أحد برامج الطباعة وتحرير النصوص التي تتوافر على أجهزة الحاسوب، وهي برامج تخضع للتحسينات بصورة مستمرة. كما يمكن نشر النصوص والرسومات عن طريق تصويرها باستخدام scanning، أو باستخدام صيغة PDF التي تكون قليلة الدقة لكنها أقل حجما لتسهيل تداولها عبر الإنترنت. وفي جميع الحالات فإن الوثيقة أو المعلومات المنتجة تكون في صيغة وثيقة إلكترونية سهلة الخزن والنقل وسهلة التداول عن بعد.

ومعلوم أن المعلومات تعد الأداة الأكثر فاعلية في إحداث التغيير في الإنسان والبيئة والمجتمع، لذا فإن الاستثمار في النشر الإلكتروني للمعلومات بغرض إنتاجها ومعالجتها وبثها، وكذلك في مجال تطوير تقنياتها، هو الطاقة أو القوة الدافعة لأهم صناعة في هذا العصر، بل يعد معيارا لمدى تحول المجتمعات إلى دول مدنية عصرية.

ونظرا للزيادة المضطردة في حجم الشبكة المعلوماتية، الإنترنت، فقد أسهم النشر الإكتروني في اتساع هائل في حجم المعلومات المتاحة إلكترونيا، وفي أعداد متداوليها يوميا، فهل نتوقع إحلال النشر الإلكتروني مكان النشر الورقي التقليدي في يوم ما ليكون العالم بكل تفاصيله عالما بلا ورق كما يذهب البعض إلى تسميته؟

هناك اليوم أشكال متعددة للنشر الإلكتروني كالكتب والجرائد والمجلات والمقالات العلمية والبحوث الأكاديمية والدوريات وقواعد البيانات والمكتبات، وكذلك الخرائط والصور والرسوم البيانية وأدلة الاستخدام والموسوعات. ومع

ازدياد تكلفة الورق والنشر يتجه الناشرون والأكاديميون إلى النشر الإلكتروني كأسلوب لتخفيض الكلفة، والارتقاء بمستوى المنتوج المطبوع إلكترونيا من حيث الدقة والوضوح، ومن حيث قدرة المستخدم على تكبير أو تصغير المادة المطبوعة أو المصورة وحملها وإعادة توزيعها بسهولة. وبهذا المعنى، فإن النشر الإلكتروني يتم بصيغ ثلاث:

- استخدام الحاسوب لإنتاج المعلومات الإلكترونية، وهو ما يتعلق بطباعتها وتنسيقها ودعمها بالصور والمخططات والرسوم البيانية والأصوات وما إلى ذلك.
- استخدام الحاسوب ونظم الاتصالات لتوزيع المعلومات إلى مستخدميها إلكترونياً بصورة مباشرة عبر شبكات الاتصالات وشبكات الحاسوب والإنترنت.
- استخدام وسائط التخزين الإلكترونية في تخزين المعلومات لتسهيل نقلها لاحقا وتداولها.

أما أهداف النشر الإلكتروني فهي لا تقتصر على المؤسسات الأكاديمية والجمعيات العلمية، بل تمتد لتشمل كل من يستخدم الحاسوب والإنترنت أو أوعية خزن المعلومات بأشكالها المختلفة، بحثا عن المعلومات التي يحتاجها في حياته. وبذا فإن أهداف النشر الإلكتروني تمتد لتشمل اهتمام الأفراد والمؤسسات والمجتمعات في مناحي الحياة كلها على اختلاف طبيعتها وأزمانها.

وعلى ذلك فإن النشر الإلكتروني يتميز عن النشر التقليدي بخصائص وصفات يأتي في مقدمتها:

- إمكانية إنتاج وتوزيع المواد الإلكترونية بشكل سريع.
- إمكانية إجراء التعديلات على النسخة الإلكترونية بحسب رغبة المستخدم.
- لا توجد حاجة للوسطاء بين الناشر والقارئ كما في التوزيع التقليدي.

- اشتراك عدد من المؤلفين في إنتاج المادة الإلكترونية بشكل تعاوني.
- يمكن توزيع المادة الإلكترونية لكل أرجاء الأرض دون الحاجة لأجور التوزيع.
- يمكن توزيع المادة الإلكترونية في أي زمان ومكان وبأي شكل من الأشكال.
- يمكن للمستفيد شراء المقالة أو الدراسة الواحدة فقط دون الحاجة الى شراء المجلة كاملة.
- إمكانية الحصول على الوثيقة بأشكال متعددة صوتية، ونصية، وصورية، ثابتة ومتحركة.
- رخص ثمن النسخة الإلكترونية مقابل النسخة الورقية، وسهولة حملها ونقلها.

إن الحديث عن مزايا النشر الإلكتروني لا يعني أنه البديل الكامل للنشر التقليدي، فما زال الكثير من القراء يفضلون قراءة الكتاب التقليدي والصحيفة الورقية، وما تزال الوثيقة الورقية المقروءة بصورتها التقليدية أكثر موثوقية من قرينتها الإلكترونية في كثير من مؤسساتنا العامة، وعلى المستوى الفردي كذلك. وما زلنا نسعى إلى تصوير الوثيقة الإلكترونية في كثير من الأحيان وتحويلها إلى وثيقة ورقية تسهل قراءتها. وعلى الرغم من الانتشار الواسع الذي تشهده سوق النشر الإلكتروني، واتساع النشر الإلكتروني للكتاب بشكل كبير، بخاصة في الولايات المتحدة وأوروبا[1]، فإن كثيرا من التوقعات قد تراجعت في سوق الكتب الإلكترونية بعد أن خيبت آمال أصحابها في ما يمكن أن تدره عليهم من أرباح.

---

[1] وفقا لجمعية الناشرين الأمريكيين، فإن قيمة مبيعات الكتب الإلكترونية في الولايات المتحدة بلغت حوالي 70 مليون دولار في كانون الثاني (يناير) 2011، بارتفاع نسبته 115% عن الشهر نفسه من العام الذي سبقه. وطبقا لدراسة أجراها موقع Forrester.com فقد بلغت مبيعات الكتب الإلكترونية في الولايات المتحدة 966 مليون دولار – خلال 2010، ومن المتوقع أن تصل إلى 3 مليارات عام 2015. أنظر الموقع التالي:
http://www.islammemo.cc/monawaat/2011/03/26/119903.html

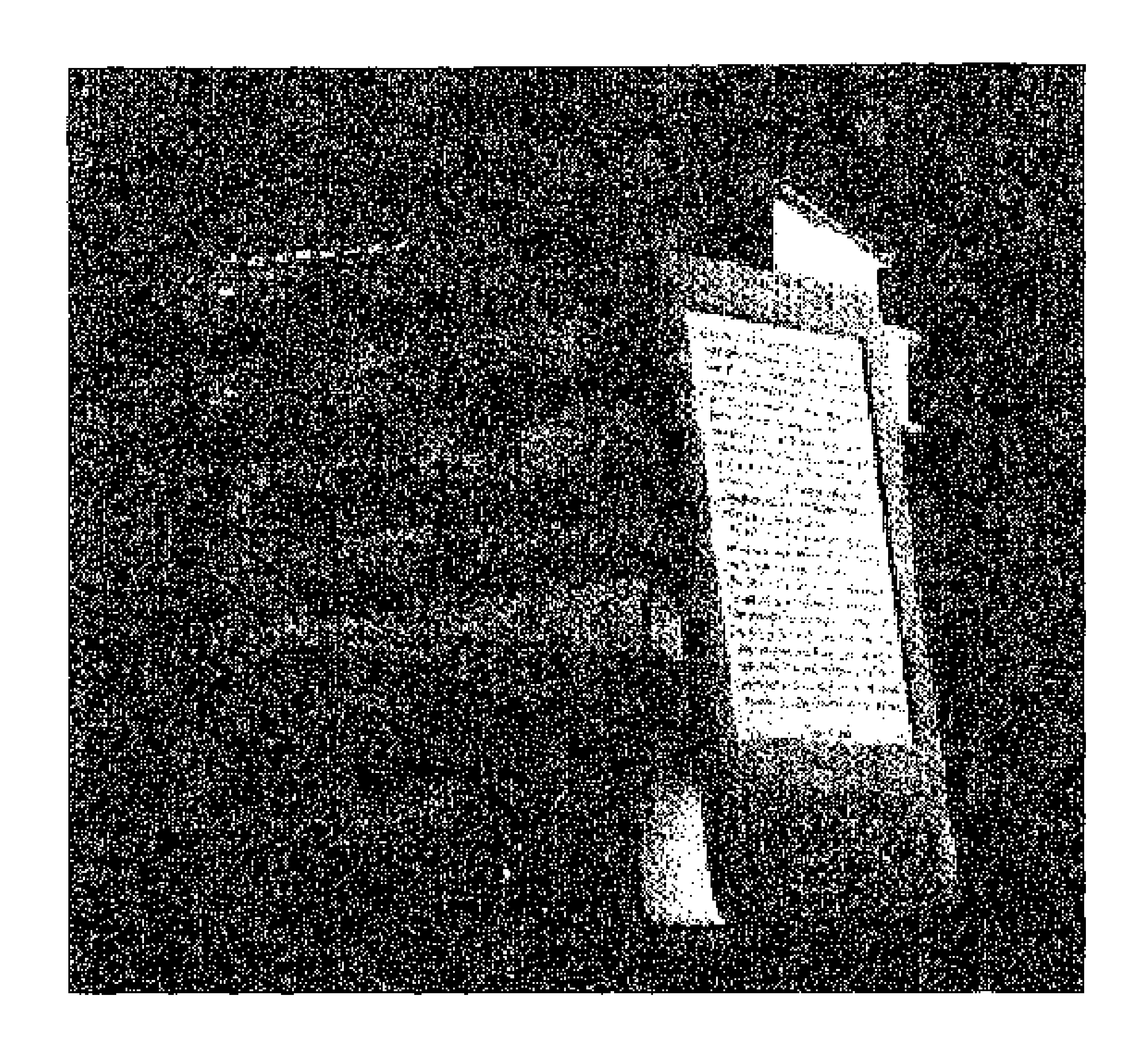
ويمكن أن نشير في هذا السياق إلى أن بعض كبريات الشركات أعلنت إفلاسها مثل Net Library لولا أن قامت بشرائها مؤسسة OCLC وإعادتها إلى السوق، على الرغم من أنها كانت تقدم عددا كبيرا من الكتب للإعارة للمشتركين عبر الإنترنت في مدة معينة، ويصبح الكتاب بعد انتهاء مدة الإعارة قابلا للإعارة إلى شخص آخر[1].

إن القول بنجاح النشر الإلكتروني وانتشاره لا يبرر المبالغة في التوقعات بأن العالم في طريقه إلى التحول قريبا إلى إزاحة المطبوعات الورقية واستبدالها بصورة كاملة بمنتجات النشر الإلكتروني. فضلا عما تقدم فإن بالإمكان الوقوف على صفات أخرى تحد من الاتساع السريع للنشر الإلكتروني ومنها إمكانية التحريف في الوثيقة الإلكترونية، وإعادة استخدام البيانات التي تحتويها، وكذلك صعوبة تحديد وتطبيق الحقوق الفكرية والقوانين الإبداعية عليها، وهو ما يطرح مشكلة ضعف الثقة بالوثيقة الإلكترونية عموما، والقلق من شيوع النتاج الثقافي والفكري دون تمتع المؤلف أو الناشر بحقوقه التي تحميها قوانين حماية الملكية الفكرية التي يتم الالتزام بها في النشر التقليدي للمطبوعات.

---

[1] لمزيد من المعلومات، راجع الموقع التالي:

http://www.mktaba.org/vb/showthread.php?t=329



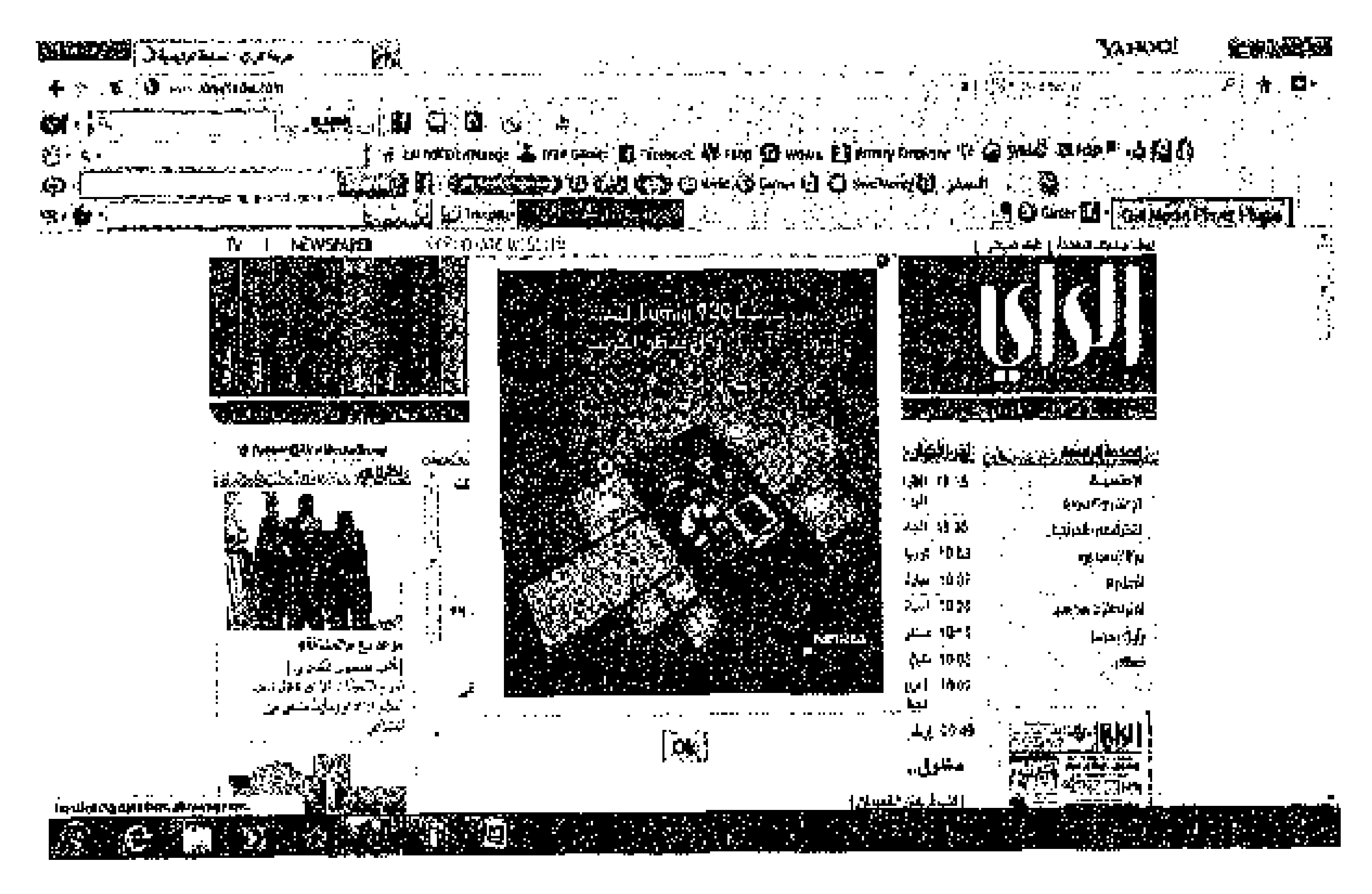
الشكل (3) النشر الإلكتروني

http://www.islammemo.cc/monawaat/2011/03/26/119903.html

الصحيفة الإلكترونية:

شكلت انطلاقة الصحافة على الشبكة العنكبوتية، الإنترنت، ظاهرة إعلامية جديدة ارتبطت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأصبح المنتج الإعلامي تفاعلياً، وفي متناول الجميع، وصار المحتوى الإعلامي أكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء. هذا فضلا عن توظيف الوسائط المتعددة باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية التي تصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء أكان لها

أصل مطبوع، أم كانت صحيفة إلكترونية خالصة. وبذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد أثارت آفاقاً جديدة، وفتحت أبواباً مغلقة أمام قرائها (الشكل 4).



الشكل (4) موقع صحيفة الرأي الإلكترونية
/http://www.alraimedia.com

وتختص الصحافة الإلكترونية ببعض السمات التي تميزها عن الصحافة المطبوعة، منها:

- التمتع بالحرية الكاملة والمرونة بخلاف الصحافة التقليدية المطبوعة.
- سرعة انتشارها، وسعة تغطيتها للجمهور.
- تحقيق التفاعل بين القارئ والكاتب من خلال التعليقات على الأخبار والمقالات.
- تنوع الوسائط المستخدمة ومخاطبة أكثر من حاسة (المشاهدة والقراءة والاستماع).
- انخفاض تكلفتها المادية بشكل كبير مقارنة بالصحافة التقليدية.

- التفاعل السريع مع الأحداث في لحظة وقوعها في الزمان والمكان.
- توافر أرشيف للأعداد السابقة للصحيفة، والبحث عن المواضيع بكل سهولة.
- معرفة القراء من أية دولة، وما الأخبار التي يتابعونها، وتزويد الصحيفة بإحصاءات عن عدد القراء وفئاتهم، والموضوعات التي يهتمون بها.
- القدرة المتاحة للقارئ بالتجول بين عشرات الصحف والمجلات الإلكترونية في أكثر من بلد في العالم في وقت واحد، مما يمنحه الفرصة لاستكمال المعلومات بصدد خبر أو موضوع ما من مصادر متعددة.

على أن تلك المزايا والسمات التي تتصف بها مواقع الصحافة الإلكترونية لا تتحقق للصحف الإلكترونية جميعا. والمتصفح للصحافة الإلكترونية يجد أنّ الكثير من مواقع هذه الصحف تفتقر للعديد من عناصر النجاح المطلوبة. وهذا ما يفسر التغير المستمر في المشهد الصحفي الإلكتروني بسبب توقف العديد منها بين فترة وأخرى لعدم قدرتها على المنافسة والاستمرار. وعليه فإن هناك عددا من العوامل التي ينبغي توافرها لضمان نجاح الصحيفة الإلكترونية وفوزها بجمهور واسع يكون عونا لها على مواصلة الطريق.

ويمكن تلخيص أهم العوامل التي تسهم في إنجاح الصحيفة الإلكترونية على النحو الآتي:

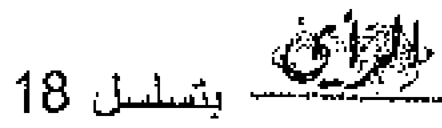
- كفاءة التصميم الفني للصحيفة الإلكترونية.
- تنوع أبوابها ومراعاتها الفروق الفردية بين القراء.
- قدرتها على التجديد، ومرونة موقعها على الإنترنت، وسرعة تقديمه المعلومات.
- قدرة الصحيفة على التغييروالتجديد، وذلك باستقطاب كفاءات جديدة من الكتّاب والصحفيين بشكل مستمر.
- قدرتها على معالجة القضايا والمشكلات الحساسة في حياة الناس اليومية.

- وضوح أهدافها ورسالتها الصحفية.
- اعتماد التخطيط والتقويم المستمرين للصحيفة، والإفادة الجادة من التغذية الراجعة التي تحصل عليها بوسائل مختلفة.
- ارتفاع سقف الحرية الذي يتمتع به كتاب الصحيفة ومحررو الأخبار وكتاب التحقيقات والمقالات، فمساحة الحرية المتاحة تمنحها ثقة قرائها بها، وتديم تألقها.

في هذا السياق، يمكننا الإشارة إلى الدراسة الموسعة التي أجرتها مجلة فوربس- الشرق الأوسط Forbes عن وسائل الإعلام العربية الأكثر حضوراً على الإنترنت. لقد شملت هذه الدراسة المواقع الإلكترونية للصحف الناطقة باللغتين العربية والإنجليزية، وبحثت في مدى شعبية هذه المواقع، وقدرتها على جذب جمهور جديد. واعتمدت منهجية الدراسة على المعلومات المتضمنة في تقرير إحصاءات موقع "غوغل أناليتيكس" من إدارات تحرير الصحف الـ 41 التي شملتها الدراسة. وكانت الفترة الزمنية التي شملها التحليل عاماً واحداً، من 31 أغسطس/ آب 2011 إلى 31 أغسطس/آب 2012. وقد شملت الدراسة ثلاث صحف من الأردن، كان تسلسلها بين الصحف الـ 41 التي شملتها الدراسة على النحو التالي (الشكل 5):[1]

[1] للاطلاع على الجدول المفصل أنظر الموقع:

http://www.forbesmiddleeast.com/view.php?list=44467

 بتسلسل 18 الغد بتسلسل 25 THE JORDAN TIMES بتسلسل 31

الترتيب	الاسم	عدد الزيارات بالمليون	عدد الزوار المنفردين بالمليون	نسبة الزيارات الجديدة (%)	معدل الوقت الذي يقضيه الزائر بالدقائق	التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي (%)
18	الرأي	30.20	27.83	26.49	03:48	20.63
25	الغد	12.46	3.80	29.31	04:49	18.38
31	THE JORDAN TI	1.44	3.23	39.46	01:44	22.25

الشكل (5) انتشار مواقع الصحف الإلكترونية الأردنية

وربما يكون من المفيد أن ندرج للقارئ الكريم هنا مواقع بعض الصحف الإلكترونية الأردنية لمزيد من الاطلاع على طبيعة الصحيفة الإلكترونية وما يمكن أن تقدمه له مواقعها على شبكة الإنترنت:

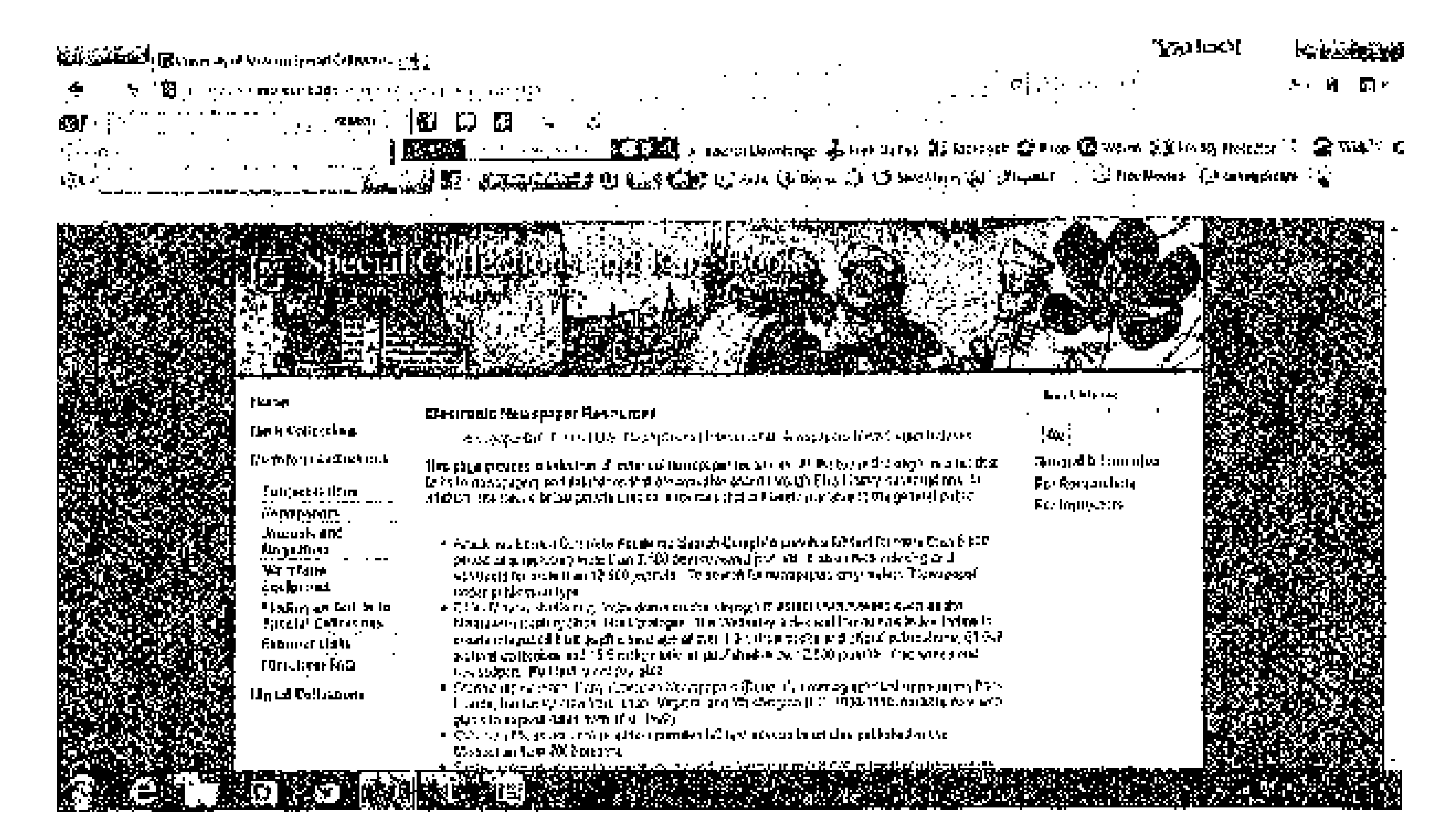
- صحيفة الرأي http://www.alrai.com/
- صحيفة الدستور http://www.addustour.com/
- صحيفة الغد http://alghad.jo/
- موقع عمون http://ammonnews.net/
- موقع خبرني http://www.khaberni.com
- عمان نت http://ammannet.net

المكتبات الإلكترونية:

المكتبة الإلكترونية هي كل ما تتضمنه المكتبة التقليدية الضخمة بكل ما تعنيه من كتب ومراجع وأشرطة صوتية وصورية ودوريات وقواميس وخرائط وصور وأوعية أخرى للمعلومات، وما يلحقها من أنظمة تصنيف وأرشفة واستعارة وغير ذلك، ولكنها مخزنة على الحاسوب وشبكة الإنترنت، ويتم تداول محتوياتها عن بعد عن طريق شبكة الإنترنت طبقا لقواعد محددة، وباستخدام صيغ وبرامج مناسبة.

وتطلق تسميات متعددة على المكتبة الإلكترونية، كالمكتبة الرقمية digital libraries، والمكتبة الافتراضيةvirtual libraries، ومكتبات بلا جدران libraries without walls ، ومكتبات سطح المكتبdesktop libraries ، والمكتبات الشبكية وغيرها، لكنها في واقع الأمر لا تختلف كثيرا من حيث المفهوم والتطبيقات (الشكل 6).

وتختلف المكتبات الإلكترونية في محتواها وطرق عملها عن قواعد البيانات والمعلومات المتوفرة على شبكة الإنترنت والمشاعة لكل من يستخدمها، فالمكتبة تنتظمها قواعد تداول واستعارة مختلفة، وهي محكومة بأنظمة تضمن الثقة بجودة معلوماتها، وتتحكم بنوعية المتداول من البيانات والمعلومات، وتحميها من الاستخدام غير المنضبط لمحتوياتها.



الشكل (6) موقع مكتبة ميزوري

http://mulibraries.missouri.edu/specialcollections/primaryonline.htm

من جانب آخر فإن المكتبات الإلكترونية تتباين في حجم ما يتوفر لديها من قواعد بيانات وأوعية معلومات، وفي طبيعة أنظمة الاستعارة وكيفية الوصول إلى محتوياتها، وكذلك في طبيعة الخدمات التي تقدمها للمشتركين فيها كالإحاطة الجارية، والتقارير الدورية، والملخصات، والنشرات الإعلامية التي تصدرها وغيرها.

ومع التطور الكبير في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ومع تنامي الحاجة إلى وضع المعلومة بمختلف صيغها النصية والصوتية والصورية بين أيدي مستخدميها من الفئات الاجتماعية المختلفة، فقد سعت الجامعات والمؤسسات الثقافية والإعلامية وشركات القطاع الخاص التي تتصل بها في دول العالم المختلفة إلى إنشاء المكتبات الإلكترونية تحقيقا لأغراضها. وهنا لابد من الإشارة إلى تصور خاطئ وشائع مفاده أن إنشاء المكتبات الإلكترنية يوفر الجهد والنفقات. وحقيقة الأمر أن المكتبات الإلكترونية تعد من المشروعات باهظة الكلفة، وهو ما يفسر

تأخر شيوعها في بلدان العالم النامية، غير أن ما ينشأ عن إنشائها من استخدام واسع وسريع وميسر للمكتبة، واتساع رقعة المستفيدين منها باتساع العالم هو الذي يرفع من القيمة الاقتصادية لتأسيس مكتبة إلكترونية، هذا عدا ما تقدمه أية مكتبة من خدمات سامية تتعلق بتطوير الفرد والمجتمع علميا وثقافيا.

ويمكن تلخيص ما تتيحه المكتبة الإلكترونية من مزايا بالنقاط التالية:

- قدرة المكتبة الإلكترونية على التوسع في مقتنياتها من المراجع وقواعد البيانات والوثائق المختلفة دون لحاجة إلى التوسع في المكان ومستلزمات إعداده.
- تكيف أنظمة المكتبة للتكنولوجيا المتاحة للمستخدمين، مما يتيح لهم الدخول إلى قواعد البيانات المتاحة فيها من خلال أجهزة الحاسوب في أماكن عملهم، أو من خلال أجهزة الهاتف المحمول.
- سهولة البحث من جانب زائر المكتبة، وسرعة الحصول على المعلومة المطلوبة بالصيغة المطلوبة، نصا أو صوتا، أو صورة.
- عدم اندثار نسخة الكتاب أو الوثيقة المستخدمة أو تعرضها للتلف بسبب كثرة استخدامها، واستمرار محافظة المكتبة على مخزونها من المعلومات دون خوف من تلفها بسبب تقادم الزمن.
- تعدد مستخدمي الكتاب أو الوثيقة في وقت واحد.
- يمكن للمستخدم الدخول إلى عدة مكتبات في وقت واحد بحثا عن وثيقة أو موضوع محدد مما يمنحه القدرة على المقارنة والاختيار.
- انخفاض كلفة الحصول على المراجع والخدمات المكتبية من جانب زوار المكتبة والمشتركين فيها.
- سهولة اتصال المكتبة بمشتركيها ومتابعتهم حتى دون زيارة موقعها عن طريق وسائل التواصل الحديثة المشتركة معهم.

- إتاحة الفرصة لزوار المكتبة من الذين يدخلون إلى موقعها بصورة غير مقصودة للاطلاع على محتوياتها والاهتداء إلى ما يمكن أن تقدمه لهم من خدمات.

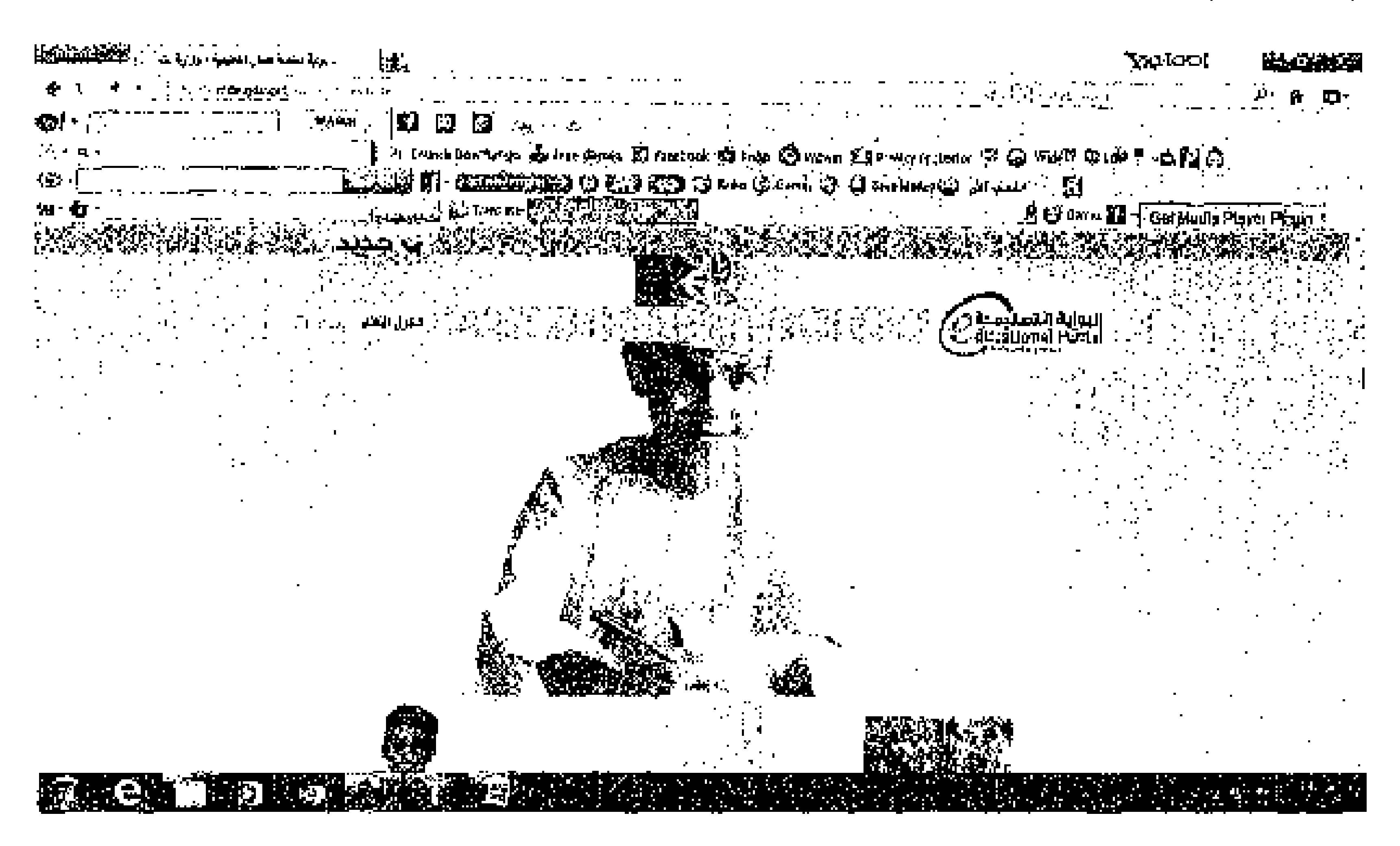
أما من الناحية الإعلامية فإن وجود مكتبة توفر خدماتها للجمهور بصورة ميسرة ورخيصة الثمن، يسهم بصورة كبيرة في توفير بيئة اتصالية تتسم بالوعي والتطلع نحو التغيير الدائم البناء، ويرتقي بالفرد والمجتمع علميا وثقافيا وحضاريا من خلال ما توفره من مصادر المعرفة التي تتصف بالجودة والتحديث المستمر.

المنتدى الإلكتروني:

المنتدى هو مكان افتراضي للحوار وتبادل الرأي مع أناس آخرين من مختلف دول العالم يجمعهم اهتمام بموضوع أو حقل ما من حقول الحياة، فقد يكون المنتدى ثقافيا ليضم جمهورا من الشعراء أو كتاب القصة مثلا، أو اجتماعيا ليضم سيدات المجتمع أو جمهورا من المغتربين، أو مختصا بقضية محددة يتداول في أمرها الناس كقضية فلسطين أو قضية العراق. وقد يضم شريحة اجتماعية أو سياسية أو تربوية أو مهنية تتسم بالتجانس النسبي بين أعضائها، كمنتديات الطلبة ومنتديات المهندسين ومنتديات الاطباء وغيرها (الشكل 7). وقد يكون المنتدى مهتما بالتعارف بين أنماط مختلفة من الناس، قد لا يجمعهم جامع سوى البحث عن الأصدقاء وتزجية الوقت معهم بما يمكن أن يكون مشتركا من الأحاديث.

ويكون الانتماء للمنتدى عادة بشروط محددة تضمن انتساب من له صلة بطبيعة المنتدى وطبيعة اهتمامات أعضائه، وقد يكون مفتوحا بمجرد الرغبة في الانتماء، مع بيان بعض المعلومات الأولية عن هويته واهتماماته لغرض التعريف به أمام أعضاء المنتدى الآخرين. ويتضمن هذا النوع من المواقع عادة أبوابا عدة تلبي اهتمامات المنتمين إليها، كما تتباين طبيعة أبواب المنتدى بحسب إمكانات القائمين عليه، وقدرتهم على متابعة شؤونه وتطويره. وكثيرا ما نجد منتديات تعلن

عن نفسها على شبكة الإنترنت، وينظم إليها عدد من الأعضاء، ثم لا تلبث أن تتوقف عن النشاط بسبب زوال أسباب إنشائها أو ضعف متابعة القائمين عليها (الشكل 8).



الشكل (7) المنتدى التربوي بوابة سلطنة عمان التعليمية

http://home.moe.gov.om/arabic/index.moe

المدونات الإلكترونية:

كلمة "مدونة" هي التعريب الأكثر رواجا لكلمة web blog بمعنى سجل الشبكة. وتعد المدونة أحد التطبيقات الحديثة التي ظهرت على شبكة الإنترنت، والتي تظهر عليها مقالات تسمى "تدوينات" أو "مدونات"، كتبت خصيصا لزوار الموقع الذي تنشر فيه، ويتم ترتيبها ترتيبا زمنيا تصاعديا.

وللمدونات أشكال وصيغ عديدة، تتباين كما تتباين أنماط الكتابة الصحفية وأعمدتها الشائعة في الصحافة الورقية، وبعضها يكون مصحوبا بالصوت والصورة أو التخطيطات التعبيرية. ويتواصل قراء المدونات مع كتابها عن طريق الرد أو

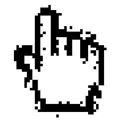
التعليق على ما يكتبون، بحيث تجري أرشفة الردود المتبادلة بحسب تسلسلها مما ييسر الرجوع إليها في أي وقت لاحق. وتتنوع موضوعات المدونات بحسب اهتمامات المدونين والمهتمين بها، وبخاصة في حقل السياسة والرياضة والفنون الأدبية. ويجد المتابع لمواقع المدونات الإلكترونية مئات الأنواع منها، كما يجد مواقع خاصة تعلم الراغبين كيفية إنشاء موقع خاص بهم لنشر المدونات التي يكتبونها (الشكل 7).



Create a blog. It's free.

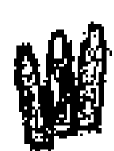






Your blog.

Easy to use.



Flexible.

Learn more:

الشكل (8) نموذج لعمل المدونة

http://www.tech-wd.com/wd/2010/02/10/8-blog-platforms/

وللاطلاع على الأنماط المختلفة من المواقع الإلكترونية للمدونات، نضع أمام القارئ الكريم أهم الأنواع الشائعة منها:

1- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على روابط تشعبية (Link Blogs)

تعد المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الموصلات التشعبية (web link blogs) أول أنواع المدونات الإلكترونية التي تم نشرها على شبكة الإنترنت. ومن هنا جاء اسم المدونة الإلكترونية (web logs)، و يحتوي هذا النوع من المدونات على روابط لمواقع عديدة أخرى على الإنترنت، يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع الذي يشير إليه أي من هذه الروابط.

2- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مذكرات يومية (On Diary Blogs)

تهتم هذه المدونات بمتابعة الحياة اليومية لمالكها؛ ماذا فعل، وماذا دار في ذلك اليوم. وعادة ما تكون هذه المتابعة مدعومة بالصور ومقاطع الفيديو التي توثق النشاط اليومي، وما إلى ذلك. ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط مواقع إلكترونية أخرى.

3-المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقالات (Article Blogs)

يحتوي هذا النوع من المدونات على عرض لنصوص المقالات والتعليقات على الأخبار والأحداث وتعقيبات على التقارير. وهي لا تهتم كثيرا بالمتابعة اليومية لحياة صاحبها أو بمذكراته الشخصية.

4- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الصور (Photo Blogs)

وهي نوع من المدونات التي تختص بنشر الصور، مثل "صورة اليوم" وبطاقات المناسبات، وما إلى ذلك.

5- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع البث الإذاعي (Podcasts Blogs)

تهتم هذه المدونات بنشر مقاطع البث الإذاعي Podcast والبرامج الإذاعية القصيرة المسجلة بواسطة صاحب المدونة، وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها، علما بأن المصطلح Podcasts مأخوذ من أجهزة IPOD، وهي ملفات صوتية بصيغة MP3 التي بإمكانها تشغيل ملفات Podcasts.

6-المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع البث المرئي (Videocasts Blogs)

مقاطع البث المرئي Videocasts هي أحدث اتجاه في المدونات الإلكترونية، وهي مماثلة لمقاطع البث الإذاعي Podcasts، غير أنها تعد بواسطة الفيديو.

7-المدونات الإلكترونية المنوعة: (Multi Purpose Blogs)

يعد هذا النوع من المدونات الإلكترونية مزيجا من عدة أنواع من المدونات المذكورة في النقاط السابقة.

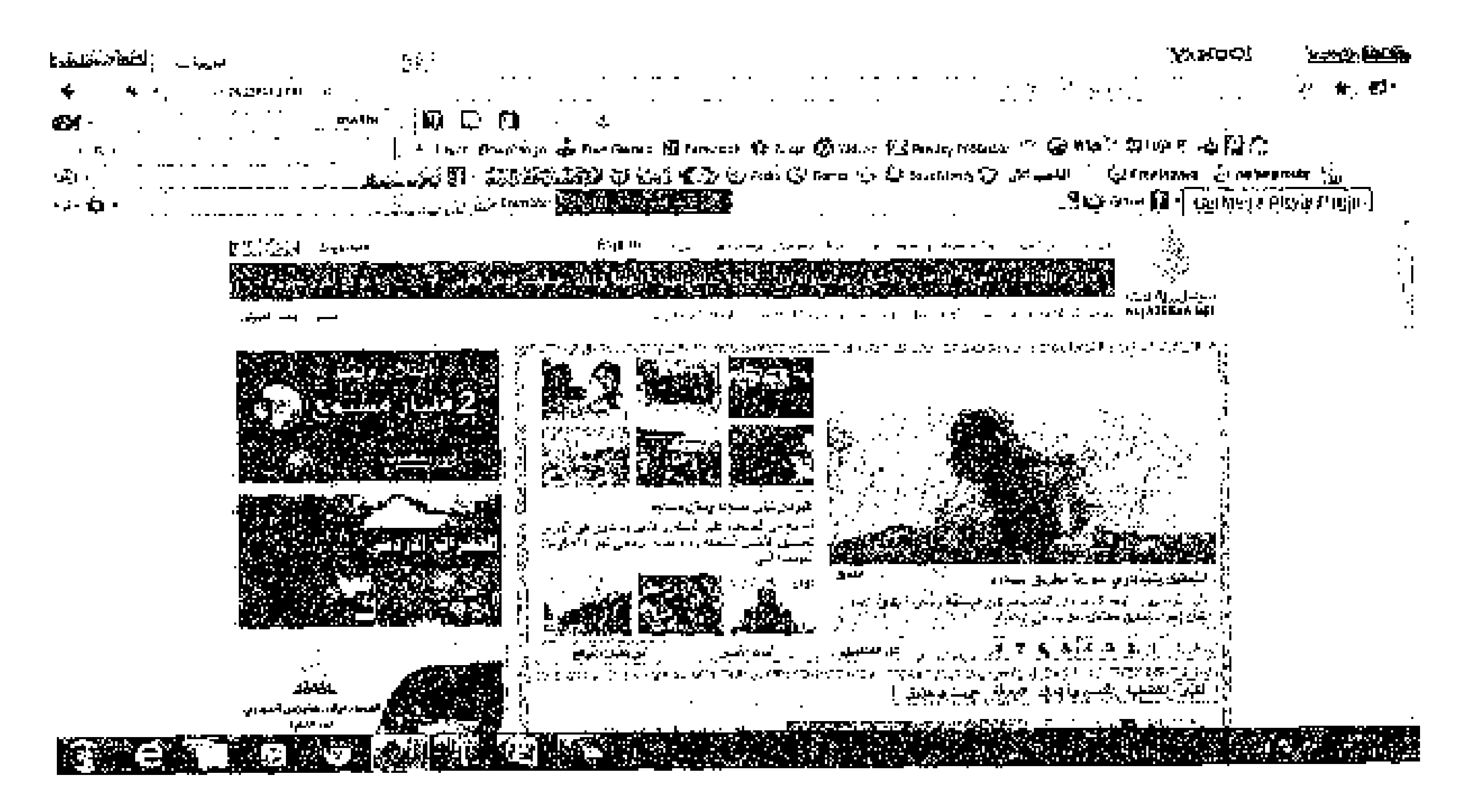
8-المدونات الإلكترونية الجماعية: (Group Blogs)

المدونات الجماعية شبيهة بالمدونات التي يكتبها صاحب الموقع غير أنها تكتب من مجموعة من الأشخاص، وقد تكون لها روابط لمواقع أخرى أيضا.

مواقع عرض المواد السمعية والبصرية:

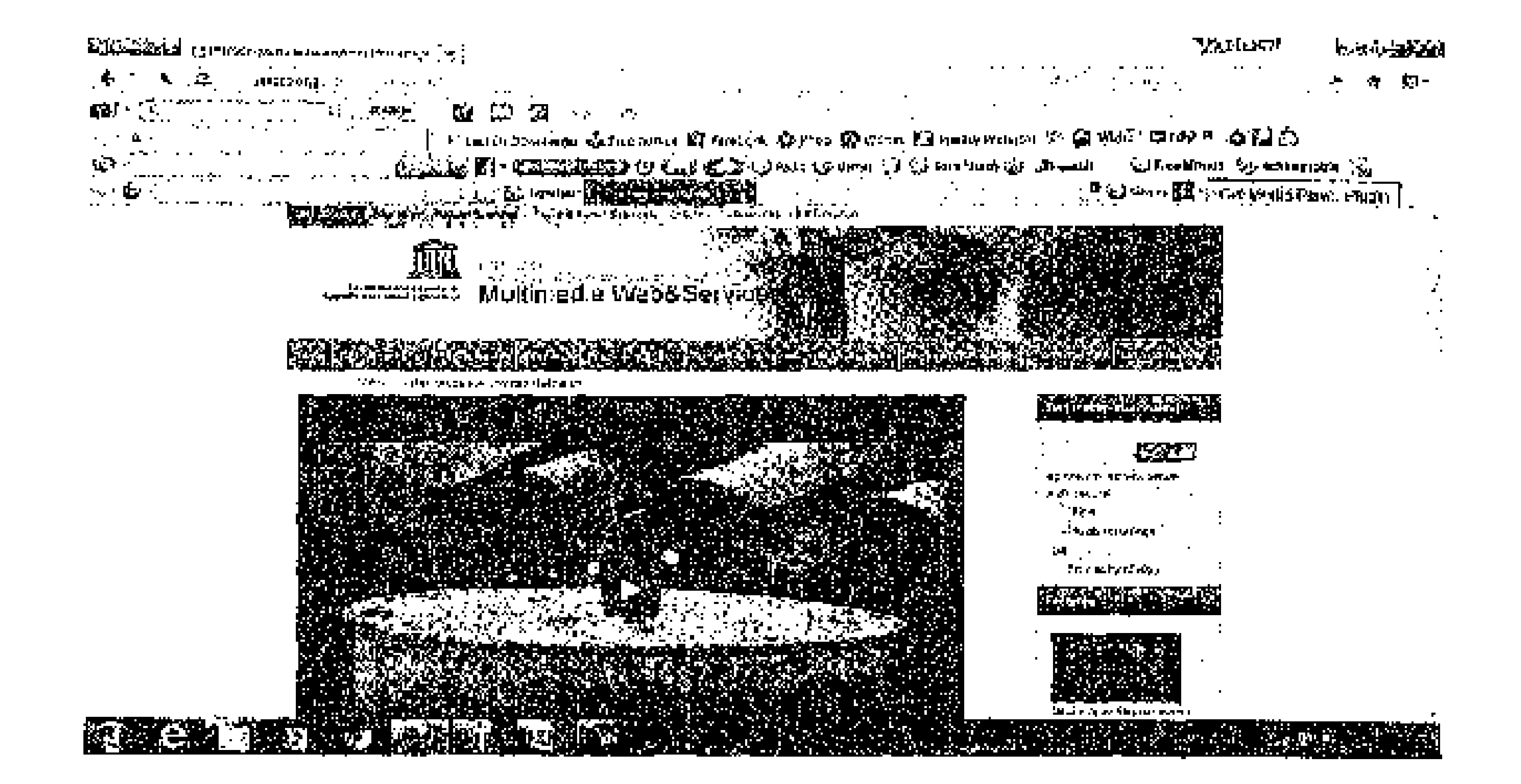
تعد الوسائط المتعددة من أهم التقنيات التي أدخلت مؤخرا على وسائل الإعلام مع تقدم الإنترنت ووسائل الاتصال الأخرى. وقد شهدت الوسائل التي سبقت الحاسوب والإنترنت، مثل السينما والتلفزيون، استخدام الصوت والنص إلى جانب الصورة في مخاطبة الجمهور، غير أن استخدام الحاسوب والإنترنت قد أضاف عنصرا مهما لهذه التركيبة، وهو التفاعل بين العناصر الثلاثة، مع قدرة

فائقة على إشراك الحركة واللون والرسم والأشكال البيانية والتخطيطات المتحركة ذات الأبعاد الثلاثة وغيرها في مركب بالغ التعقيد والتجانس، مبني على قدر عال من التفاعل بين الوسائط المتعددة المكونة له. أضف إلى ذلك أن الحاسوب والإنترنت والأقمار الاصطناعية وفرت للمتلقي قدرة غير مسبوقة على التحكم السهل والسريع بهذه العناصر، بما يتناسب مع رغبات المستخدم ومدى إتقانه للمهارات المطلوبة لذلك (أنظر الشكلين 9 و10).



الشكل (9) موقع الجزيرة نت لعرض المواد السمعية والبصرية

http://www.aljazeera.net/portal



الشكل (10) موقع اليونسكو لخدمات الويب والوسائط المتعددة

http://www.unesco.org/archives/multimedia/

لقد اتسع استخدام هذه النوع من المواقع على شبكة الإنترنت، وتنوعت موضوعاته إلى الحد الذي أصبح بإمكان أي مستخدم، بغض النظر عن عمره، أو تخصصه، أو مكان تواجده، أو مستوى مهاراته في استخدام الحاسوب وتصفح الإنترنت، أن يجد ما يبحث عنه من موضوعات، أو ما يتصل بها، وبأشكال متعددة، نصية أو صوتية أو مصورة أو فلمية دون بذل كثير من العناء. بل إن سهولة البحث في هذه المواقع، مع الكلف الواطئة نسبيا التي يتطلبها إنشاؤها، قد قاد إلى وجود مئات المواقع التي تستخدم لأغراض شخصية، أو مسيئة للذوق العام أو الخلق أو الأديان، أو تروج لأفكار يعد مجرد تداولها جريمة يحاسب عليها القانون في بعض المجتمعات. وهذا ما سنتناوله عند الحديث عن الآثار التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في البنية الثقافية والقيمية للمجتمعات.

الاعلان الإلكتروني:

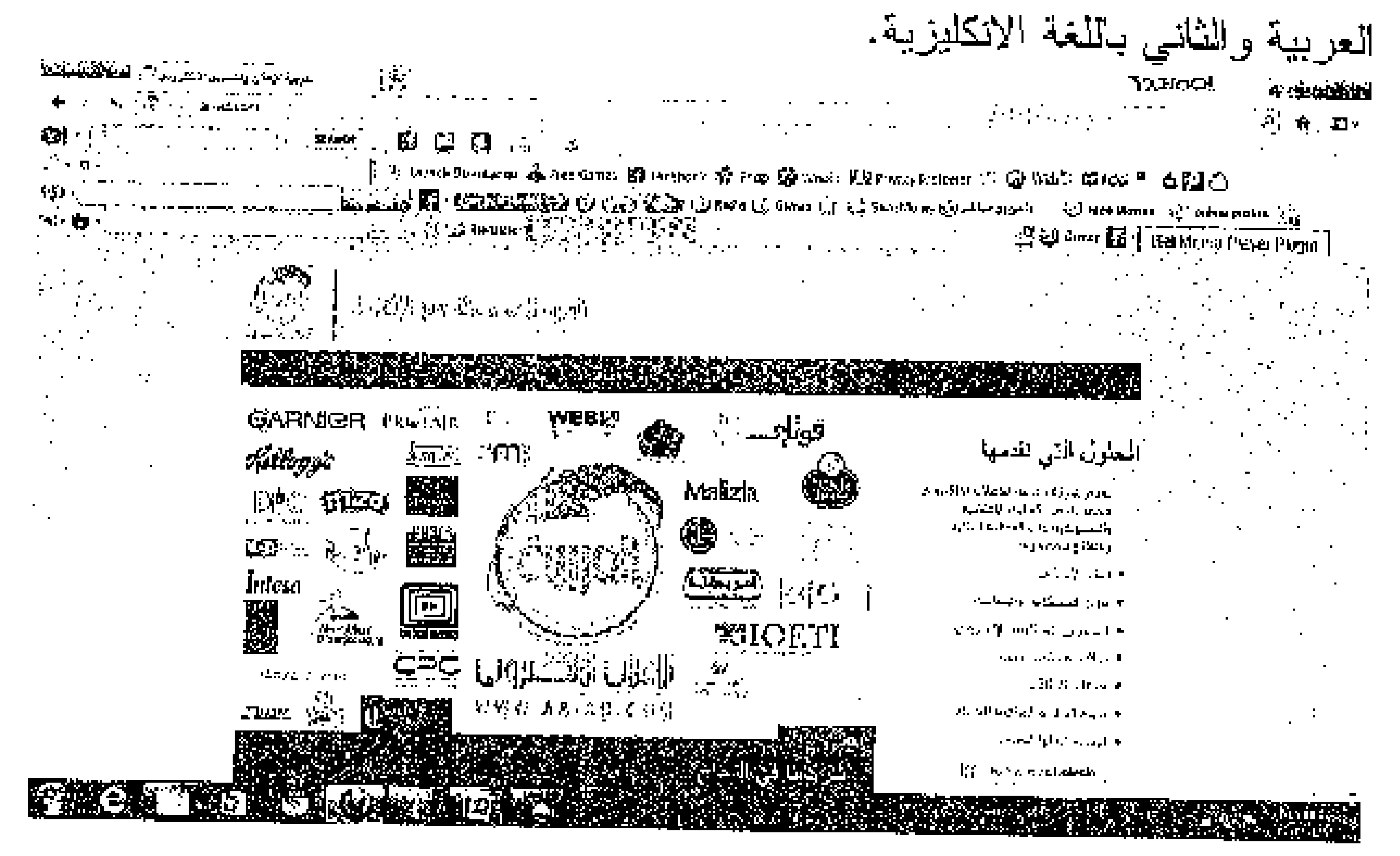
الإعلان الإلكتروني هو الإعلان الذي ينشر عبر الطرق الإلكترونية ومنها شبكة الإنترنت، ويهدف إلى الترويج لبضاعة أو لتسويق خدمة أو للدعاية السياسية والترويج لأفكار ومعلومات تحقق مصالح مروجيها. ويعد الإعلان الإلكتروني إعلان العصر، إذ يتميز بمرونة العرض وسرعة الانتشار واتساع الرقعة الجغرافية وقلة التكاليف، وإمكانية الوصول إلى الشرائح المستهدفة بقدرة أكبر وأدق قياساً إلى الطرق التقليدية. كما إنه بات يعتمد الوسائط المتعددة، أي الأصوات والصور المتحركة والنصوص ومقاطع الفيديو، مما يجعل الإعلان أكثر جاذبية وتأثيراً من الطرق التقليدية وخاصة المطبوعة منها.

ولابد من الإشارة هنا إلى أن شبكة الإنترنت هي الوسط الأكبر الذي يحتضن الإعلان الإلكتروني، إذ إنه يستخدم آلاف المواقع الإلكترونية في الوصول إلى فئاته المستهدفة، وهو بذلك يشكل مصدر التمويل الأساس لهذه المواقع.

لقد استفاد الإعلان التجاري الإلكتروني من التطور التقني لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والأقمار الاصطناعية في تطوير أنماط الإعلان التجاري وأشكاله، وتحسين قدراته على الانتشار الواسع في الأوساط التي يستهدفها، وإبهار الجمهور وتوجيه انتباهه بالاتجاه الذي يحقق مصالحه وأهدافه، لذلك فإن شركات الإعلان توظف خبرات متقدمة من المتخصصين بالاتصال وعلم النفس ومهارات عالية الكفاءة من خبراء الوسائط المتعددة بغية الوصول إلى ذلك، والفوز بفرص أفضل لجني الأرباح في ظل جو شديد التنافس بين شركات إعلانية تنتشر على امتداد مساحة العالم.

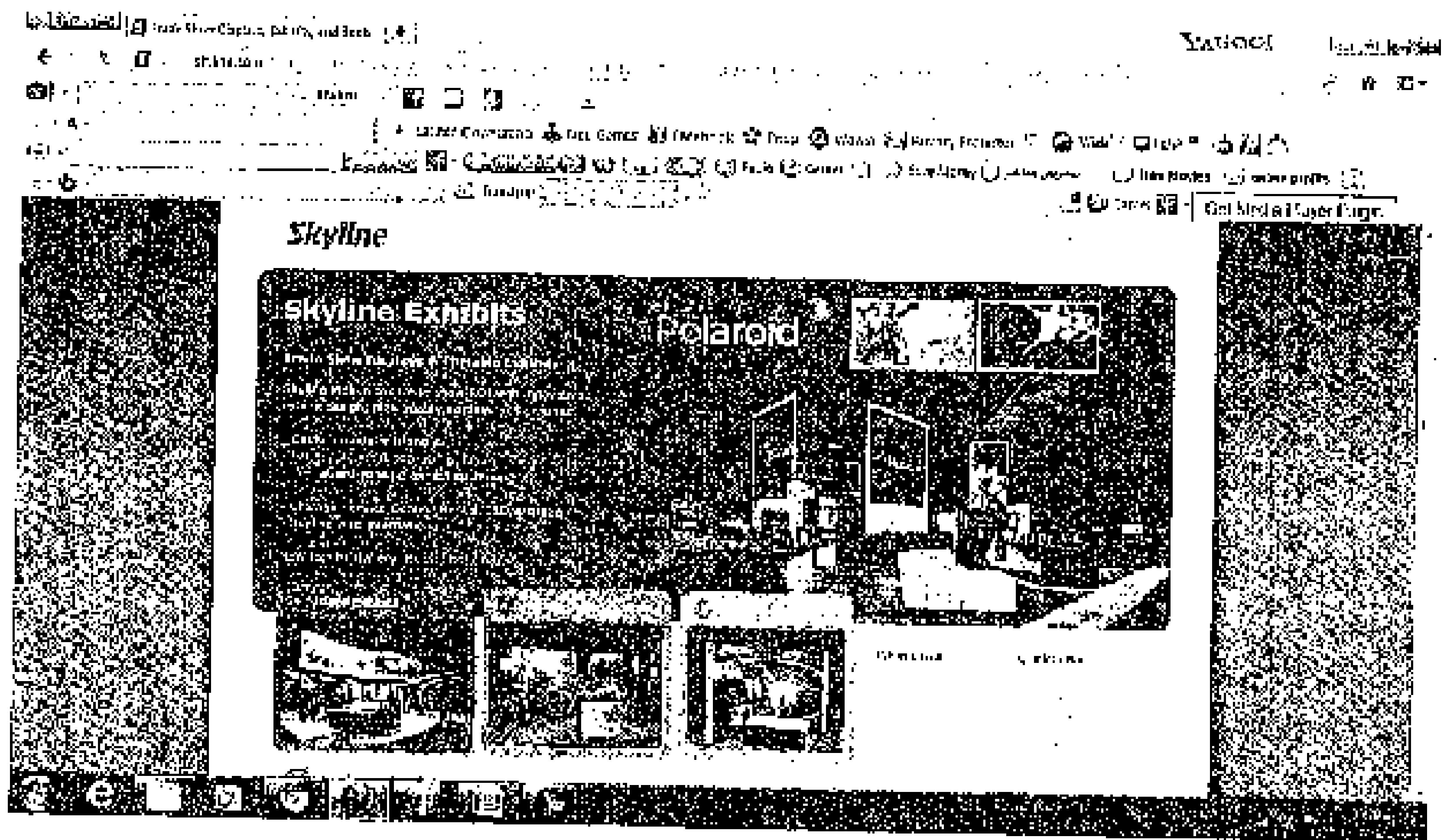
إن اتساع هيمنة الشركات الإعلانية اقتصاديا على وسائل الاتصال كان على الدوام يثير جدلا حول مدى هيمنة هذه الشركات على توجهات وسائل الاتصال، وبالتالي مدى التأثير الذي يحدثه ذلك في البيئة الإعلامية واتجاهات التفكير والقيم السائدة، وهو موضوع لنا عودة له في الفصول اللاحقة.

ويوضح الشكلان (11 و 12) نموذجين للإعلان عبر الإنترنت، الأول باللغة العربية والثاني باللغة الانكليزية.



الشكل (11) شركة الاعلان للتسويق والاعلان

http://www.ar-ad.com/cms/



الشكل (12) شركة إعلان أجنبية

/http://www.skyline.com

البث عبر الهاتف الخلوي النقال:

هو دائرة استقبال وإرسال عن طريق إشارات ذبذبة عبر محطات إرسال أرضية، ومنها فضائية، تماما مثل إشارات الراديو. وهناك تسميات متعددة لهذا النوع من الهواتف، كالهاتف النقال والخلوي والمحمول وغيرها من التسميات. وهنا لابد من الإشارة إلى أن التسمية العلمية الصحيحة هي "الهاتف الخلوي"، لانه يعتمد على النظام الخلوي في الاتصال. والهاتف الخلوي يقدم خدمات كثيرة صارت معروفة لمستخدميه من مختلف الفئات الاجتماعية والأعمارعلى نطاق واسع. هذا فضلا عن خدماته في إدارة الأعمال والإدارة عن بعد، وفي نقل المعلومات وتأمين التواصل الفوري المباشر وإدارة العمليات عن بعد بصورة توفر الجهد وتختصر المسافات وتحقق أغراض الاتصال بكلفة أقل بكثير مما تتطلبه معظم وسائل الاتصال الأخرى.

ونظرا للتطور الكبير في تكنولوجيا الاتصال، وتوظيف إمكانات الأقمار الاصطناعية كما تحدثنا عنها في الفصل الثاني، وكذلك تسخير إمكانات الإنترنت في خدمة الهاتف الخلوي، فقد تطورت تقنية الهاتف الخلوي نفسه، وبخاصة الجيل الثالث منه والأجيال اللاحقة، وظهرت الهواتف الذكية Smart Phones التي تتميز بالامكانات العالية لنقل وتبادل المعلومات بستخدام الوسائط المتعددة بأشكالها النصية والصوتية والصورية، فضلا عن السعة الخزنية العالية. هذه الإمكانات مجتمعة أدت إلى إدخال البث الاذاعي والتلفزيوني عن طريق الهواتف الخلوية، ذلك أن بأمكانك الآن متابعة المعلومات التي تطلبها من أخبار وبرامج ومباريات وأفلام بصورة مباشرة من أي مكان وفي اي زمان وبالشكل الذي ترغب. وهذا ما يؤهل الهاتف الخلوي للتفوق على الإنترنت التي تحتاج إلى مكان لكي تؤمن الاتصال.

أما الدمج بين الهاتف الخلوي والإنترنت فقد فتح الباب واسعة أمام مستخدمي هذا النوع من الهواتف للإفادة من خدمات الإنترنت أينما كانوا في أوقات عملهم أو استراحتهم أو تنقلهم، بوصفها مصادر معلومات مهمة وحاضرة وقت الطلب. وإذا

كانت الهواتف التقليدية قد استخدمت في القرن العشرين لنقل الأخبار وتقديم الخدمة للإعلام عبر وسائل الاتصال التي هيمنت على الساحة وقته، فإن الهاتف الخلوي اليوم قد أصبح بحد ذاته وسيلة اتصال أساسيـــة في الإعلام الجديد كما سنرى (الشكل 13).



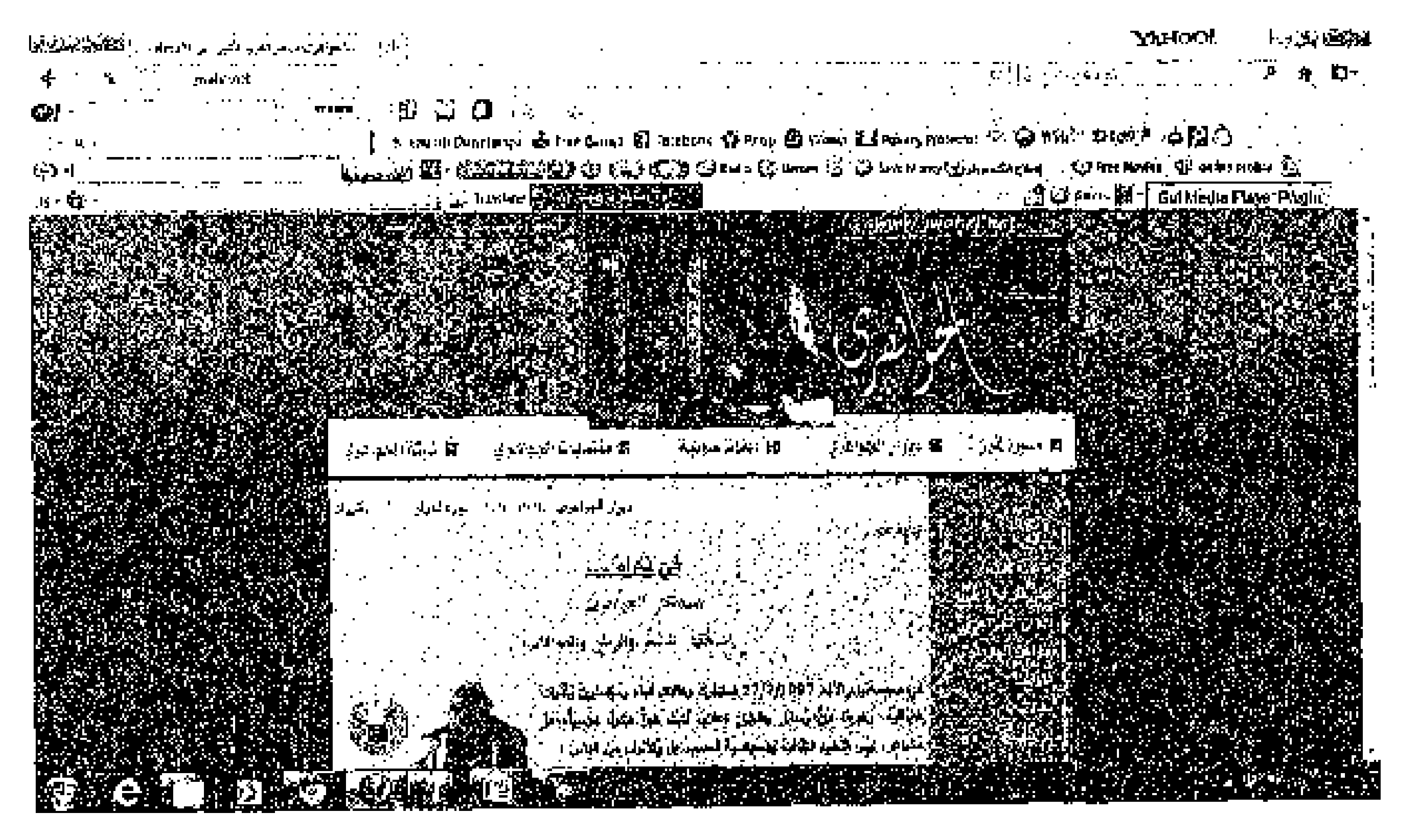
الشكل (13) نقل المعلومات عبر الهاتف الخلوي

المواقع الشخصية:

الموقع الشخصي ينشئه شخص على الإنترنت لعرض سيرته الذاتية، واهتماماته، ولتمكينه من التواصل مع أصدقائه وذوي الاهتمام المشترك معه. وتتباين المواقع الشخصية من حيث طبيعتها وأشكالها وتنظيمها بين المواقع البسيطة التي تحتوي على معلومات نصية فقط إلى مواقع أكثر تطورا وتعقيدا، فقد تحتوي هذه المواقع على صور ووثائق صوتية ومقاطع فديو. وأكثر هذا النوع من المواقع تطورا هي المواقع التفاعلية التي تمكن الزائر من توجيه الأسئلة وتسلم الإجابات،

وإجراء الحوارات الفردية والجماعية مع صاحب الموقع. ومن الأمثلة على المواقع الشخصية مواقع رجال الأعمال وأساتذة الجامعات والأدباء والفنانين والتي يمكن أن تحتوي على معلومات ووثائق مهمة ونتاجات ذات قيمة عالية، تكون في خدمة زائري هذه المواقع من الطلبة والأصدقاء.

ويمكن أن يجد القارئ الكريم كثيرا من التصاميم الجاهزة للمواقع الشخصية على شبكة الإنترنت، إذ يكون بإمكان الشخص الذي يختار من هذه التصاميم التعديل عليها وإضافة مايراه مناسبا له من الخطوط والصور والعناوين والألوان والوثائق بما يتوافق مع هدفه من إنشاء الموقع. وقد ينشئ محبو أديب أو مفكر أو فنان ما موقعا شخصيا لأحدهم يوفرون فيه ما يتصل بحياته ونتاجه وما كتب عنه ليكون بين أيدي المهتمين به. والشكل (14) يمثل موقعا شخصيا من هذا النوع للشاعر العراقي الكبير محمد مهدي الجواهري.



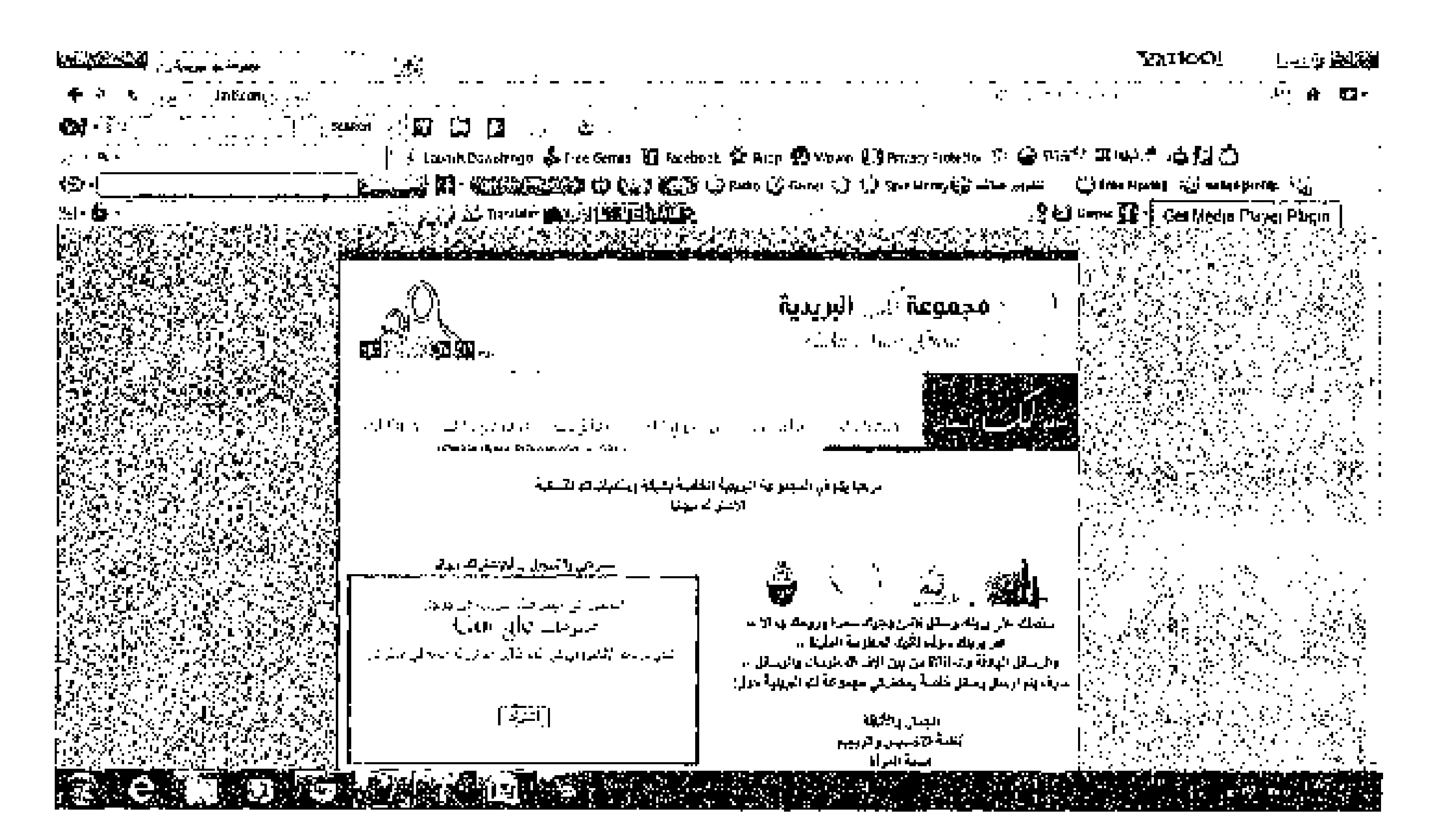
الشكل (14) موقع الجواهري

http://www.jwahri.net

المجموعات البريدية:

تختلف المجموعة البريدية عن الموقع الشخصي بكونها موقعا يقدم خدمة تواصل عبر البريد الإلكتروني بين مجموعة من الأفراد بهدف نشر المعلومات والتفاعل فيما بينهم في ذلك بصورة مباشرة ومتزامنة أو غير متزامنة، فضلا عن كونها تستخدم الوسائط المتعددة في عملية التواصل بين المشاركين فيها، كما هو موضح في الشكل (15).

ويمكن أن نجد مئات المواقع لمثل هذه المجموعات التي يجمعها ميدان عمل مشترك أو حقل علمي ما، ولذلك فإن المشاركين في مثل هذه المجموعات تجمعهم مشتركات عدة وإن اختلفوا في المكان أو العمر البيئة الاجتماعية. وينتشر مثل هذه المواقع على نطاق واسع في الحقل التربوي والحقول التخصصية لفئات توصف عادة بأنها نخبوية.



الشكل (15) مجموعة بريدية

/http://www.lakii.com/groups

التوثيق الإلكتروني:

"التوثيق" أو "الأرشفة الإلكترونية" أو "الأرشفة الآلية" أو "نظم إدارة الوثائق الإلكترونية" هي تسميات متعددة لمسميات متقاربة المعاني، ونقصد بها تصوير الوثائق وفهرستها وخزنها وتحويل بياناتها الى البيئة الإلكترونية، وهي توفر للمستخدم طرقا كثيرة لخزن البيانات وإسترجاعها والإطلاع عليها وتداولها إلكترونياً. ويتيح نظام الأرشفة الإلكترونية تنظيم الوثائق والاحتفاظ بها على شكل ملفات إلكترونية، دون الحاجة إلى تخصيص مكان لخزنها. وهناك إمكانية لزيادة فاعلية أنظمة الأرشفة الإلكترونية وعدم الاقتصار على تطبيقها على مستوى الشبكة الداخلية في الإدارة، بل توسيعها الى الشبكات الخارجية أو إلى الإنترنت دون أي عائق بحيث يمكن لكل مستخدم استعراض الوثائق حسب الصلاحيات الممنوحة له من قبل الجهة المسؤولة عن إدارة النظام. وهناك مواقع الكترونية كثيرة ومتنوعة تهتم بموضوع التوثيق والأرشفة الإلكترونية؛ فمنها ما يوثق صور الآثار القديمة أو الأحداث، ومنها ما يضم المخطوطات أو المخترعات، ومنها ما تتنوع مواده ومحتوياته وفق فهرسة خاصة تسهل الرجوع إلى أبوابه وما يحتويه كل باب منها من نصوص وصور ووثائق وتسجيلات صوتية وأفلام.

ويتميز الأرشف الإلكتروني بالآتي:

- عدم تعرض وثائق الأرشيف للتلف أو الاندثار أو التزوير من جراء الاستخدام المتعدد لها.
- الفهرسة في هذه المواقع تعتمد الوسائط المتعددة في عملية التوثيق، لذلك يمكننا الرجوع إلى الوثائق بصيغتها النصية أو الصوتية أو الصورية على حد سواء.
- سرية البيانات والمعلومات التي يضمها الأرشيف، من خلال تحديد صلاحيات كل موظف ونوعية الوثائق والمعلومات التي يسمح له بالاطلاع عليها.

- سهولة عملية البحث عن أي ملف في الأرشيف واسترجاعه بغض النظر عن مكان وجوده أو تاريخه خزنه.
- إمكانية استرجاع الوثيقة نفسها من قبل العديد من الأشخاص في الوقت نفسه.
- سرعة كبيرة في عملية تبادل المعلومات بين نقاط الاتصال المختلفة.
- سهولة استخدام النظام او الموقع من المستفيدين، فالبحث عن المعلومات لم يعد حكرا على الباحثين المتخصصين.
- يمكن للنظام التعامل مع وسائل تخزينية ذات قدرات عالية لاستيعاب مئات الآلاف من الوثائق.

غرف الحوارات:

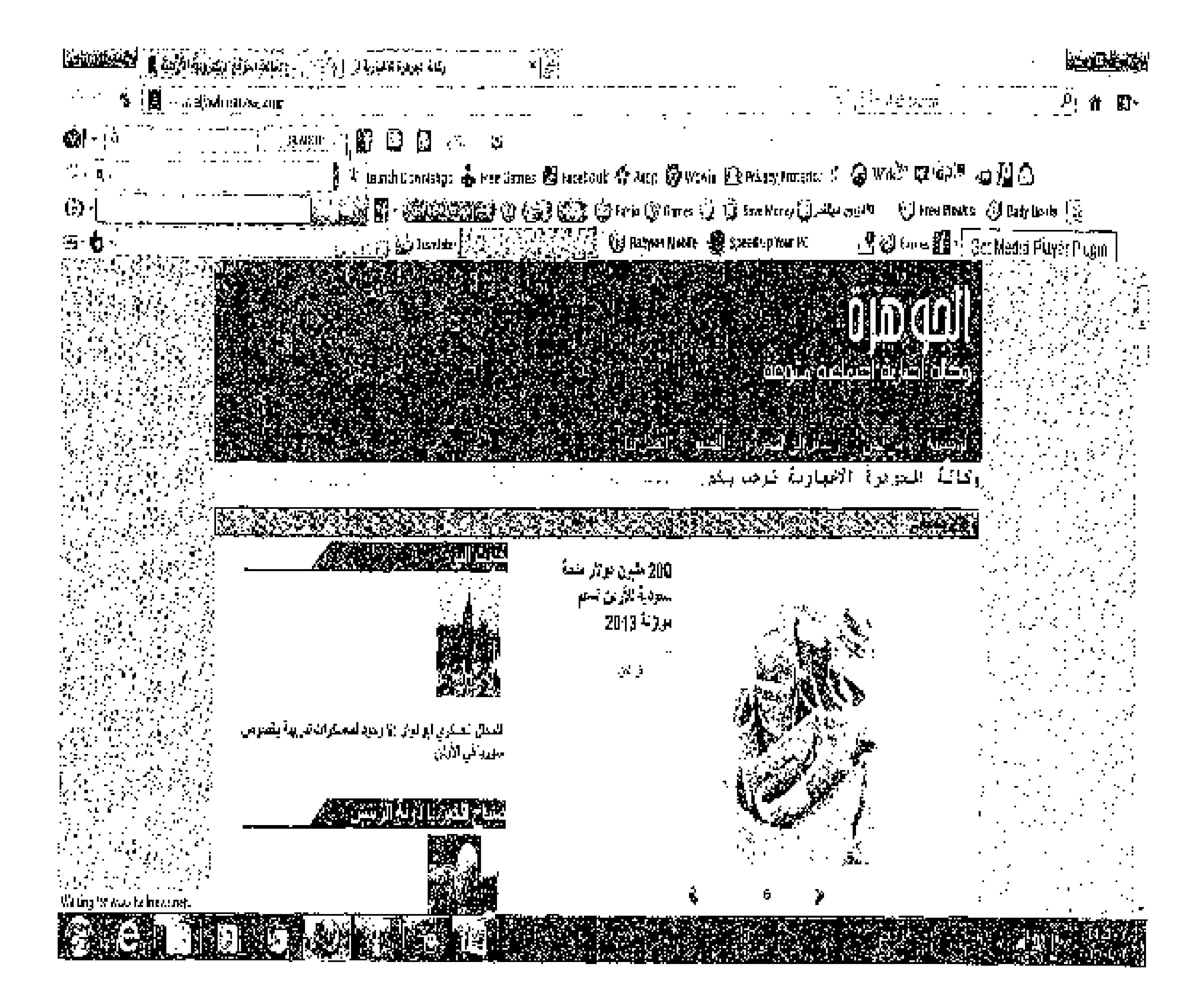
ظهرت غرف الحوارات مع ظهور الإنترنت، وكانت في بداياتها تستخدم الكتابة النصية فقط، ولكن مع تطور الإنترنت، ودمج تكنولوجيا الوسائط المتعددة، اصبحت غرف الحوارات تستخدم لنقل النص والصورة والصوت والفديو. وتتيح هذه التقنية حوارات سريعة ومباشرة بين مستخدمين اثنين أو أكثر، لتشكل بذلك أضخم عملية تفاعل إنساني في تاريخ البشرية منذ بدء الحياة على سطح الأرض. وبتطور الإنترنت والأقمار الاصطناعية، وبتطور تقنية الهواتف المحمولة ودمجها بالإنترنت، أصبحت غرف الحوار متاحة للملايين من البشر.

وتعد غرف الحوار الإلكترونية أكبر بوتقة انصهار للخبرات والمعارف الإنسانية حول العالم، حيث تسقط قوانين الزمان والمكان، ويصبح الشخص على مسافة ثوان فقط من الآخرين، وهي سرعة نقل الحاسبات الكبيرة للجمل المكتوبة أو الأصوات المنطوقة في غرف الحوار. وتجرى حاليا تجارب عديدة لاستخدام غرف حوار خاصة لا يمكن الدخول إليها إلا بكلمة سر، بحيث يمكن استخدامها عن بعد في مجال العلاج النفسي للأفراد، وكذلك في مجال الحوار الاجتماعي عبر ما بات يسمى "الحوار الجماعي".

وكالات الأنباء الإلكترونية:

لا تختلف وكالات الأنباء الإلكترونية عن وكالات الأنباء التقليدية من حيث المفهوم والمهام التي تؤديها، غير أنها تختلف عنها كثيرا من حيث التقنية المتقدمة، والمصادر المتاحة لها للأخبار والتقارير، ومن حيث السرعة في الحصول على الأخبار ونشرها. كما إن وكالة الأنباء الإلكترونية لا تحتاج الى الكثير من العاملين، أو إلى مكان واسع لممارسة العاملين لمهامهم، ولا للتحرك الواسع ميدانيا بحثا عن البيانات والمعلومات، بعد أن أصبح الجمهور نفسه مصدرا مهما للأخبار التي تبحث عنها هذه الوكالات (الشكل 16).

إن ميزة الخبر عبر وكالة الانباء الإلكترونية أنه يكون بسيطا وتلقائيا ومعززا بالصورة الناطقة من موقع الحدث، كما إنه يقدم معلومات قد لا يتسنى الحصول عليها عن طريق وسائل أخرى. وإلى جانب وكالات عديدة للأخبار، تعد كل من شركة ياهو وشركة كوكول من الواجهات المهمة في عالم البحث عن الأخبار ونشرها، حتى أصبحت هاتان الشركتان في مقدمة مصادر الأخبار لكل من يستخدم الإنترنت أو الهاتف المحمول، وتسهم في رفع الغموض عن الكثير من الأحداث المهمة. ويجد مستخدم الإنترنت هذه الأخبار جاهزة عبر تصفحه لمواقع الإنترنت أو تنقله من خدمة لأخرى من خدماتها. كما إن التقدم في مجال التقنية التوثيقية يتيح في الوقت الحاضر روابط عديدة لإغناء الخبر والتوسع في معرفة تفاصيله ومقدماته التاريخية.



الشكل (16) موقع وكالة الجوهرة الاخبارية

/http://www.aljawharanews.com

دور النشر الإلكتروني:

إن التوسع الكبير في تطبيقات الإنترنت واستخداماتها التي امتدت إلى جميع مناحي الحياة قد ساعدت في تكوين دور نشر الكترونية تعمل جنبا الى جنب مع دور النشر التقليدية. وتهتم هذه الدور بإصدار النتاجات العلمية والثقافية والفنية بصيغة إلكترونية بغرض التداول. وقد لاقت الكتب والمجلات الإلكترونية رواجا كبيرا لسهولة استخدامها وقلة كلفتها وسرعة الوصول الى المعلومة المطلوبة المتصلة بها، فضلا عن سهولة الخزن والتوزيع. وهنا أيضا كما في النشر الإلكتروني عامة، فإن حقوق النشر تمثل معضلة قائمة يصعب تخطيها بسبب توفر

إمكانية النسخ بشكل كبير للمحتوى الإلكتروني رغم كل الطرق المستخدمة في حماية المنتج الفكري مما يعرض حقوق الملكية الفكرية للاختراق الدائم.

ويرى كثير من الناشرين أن اتساع النشر الإلكتروني في الآونة الأخيرة يشكل تهديدا للنشر الورقي. ويبقى التنافس بين الجيل القديم من الناشرين والكتّاب المحبذ للنشر الورقي، وبين الجيل الجديد الذي يفضل النشر الإلكتروني رغم مخاطره بسبب سهولة التعامل مع النصوص الرقمية وسرعة الحصول عليها. اما على المستوى العلمي والبحثي الجامعي فإن النشر الإلكتروني يتيح الفرصة أمام الباحثين لتوجيه الجزء الأكبر من جهودهم إلى عمليات التحليل والتفسير والاستنتاج والتنبؤ والكشف عن الظاهرات والمتغيرات الجديدة إذ بالإمكان الحصول على المعلومة المطلوبة بشكل آني ودون عناء كبير. وفي ذلك ما يفسح المجال واسعا أمام مزيد من الجهود البحثية المثمرة وبما يؤدي إلى تطوير المعرفة وتحديثها في المجالات كافة، وازدهار الابتكار العلمي.

أسئلة الفصل الثالث

1. ما الاعلام الإلكتروني؟
2. ما أدوات الإعلام الإلكتروني؟
3. ما النشر الإلكتروني وكيف أسهمت التكنولوجيا الحديثة في تطوره؟
4. ما أهداف النشر الإلكتروني؟
5. ما ميزات النشر الإلكتروني وما صعوباته؟
6. ما الصحيفة الإلكترونية؟
7. ما ميزات الصحافة الإلكترونية؟
8. قارن بين الصحافة الإلكترونية والصحافة التقليدية؟
9. ما المنتدى الإلكتروني وماذا يحقق من أهداف؟
10. ما المدونة الإلكترونية وما الفرق بينها وبين المدونة التقليدية؟
11. كيف تطورت المواقع الإلكترونية باستخدام الوسائط المتعددة؟
12. ما الإعلان الإلكتروني وكيف ينتشر؟
13. كيف يتم البث عبر الهاتف الخلوي؟
14. ما الذي يحققة البث عبر الهاتف الخلوي؟
15. ما الذي تهدف اليه المواقع الشخصية؟
16. ما المجموعات البريدية؟ وكيف تعمل؟
17. ما الأرشيف الإلكتروني وماهي ميزاته؟
18. ما غرف الحوار وكيف تعمل؟
19. كيف تعمل وكالات الأنباء الإلكترونية وما الأهداف التي تسعى إلى تحققها؟
20. قارن بين وكالات الأنباء التقليدية والإلكترونية من حيث التقنية والإمكانات.
21. ما الفرق بين دور النشر التقليدية ودور النشر الإكترونية؟

الفصل الرابع

فضاءات الإعلام الجديدة

يتوقع من القارئ الكريم أن يكون قادرا في نهاية هذا الفصل على أن:

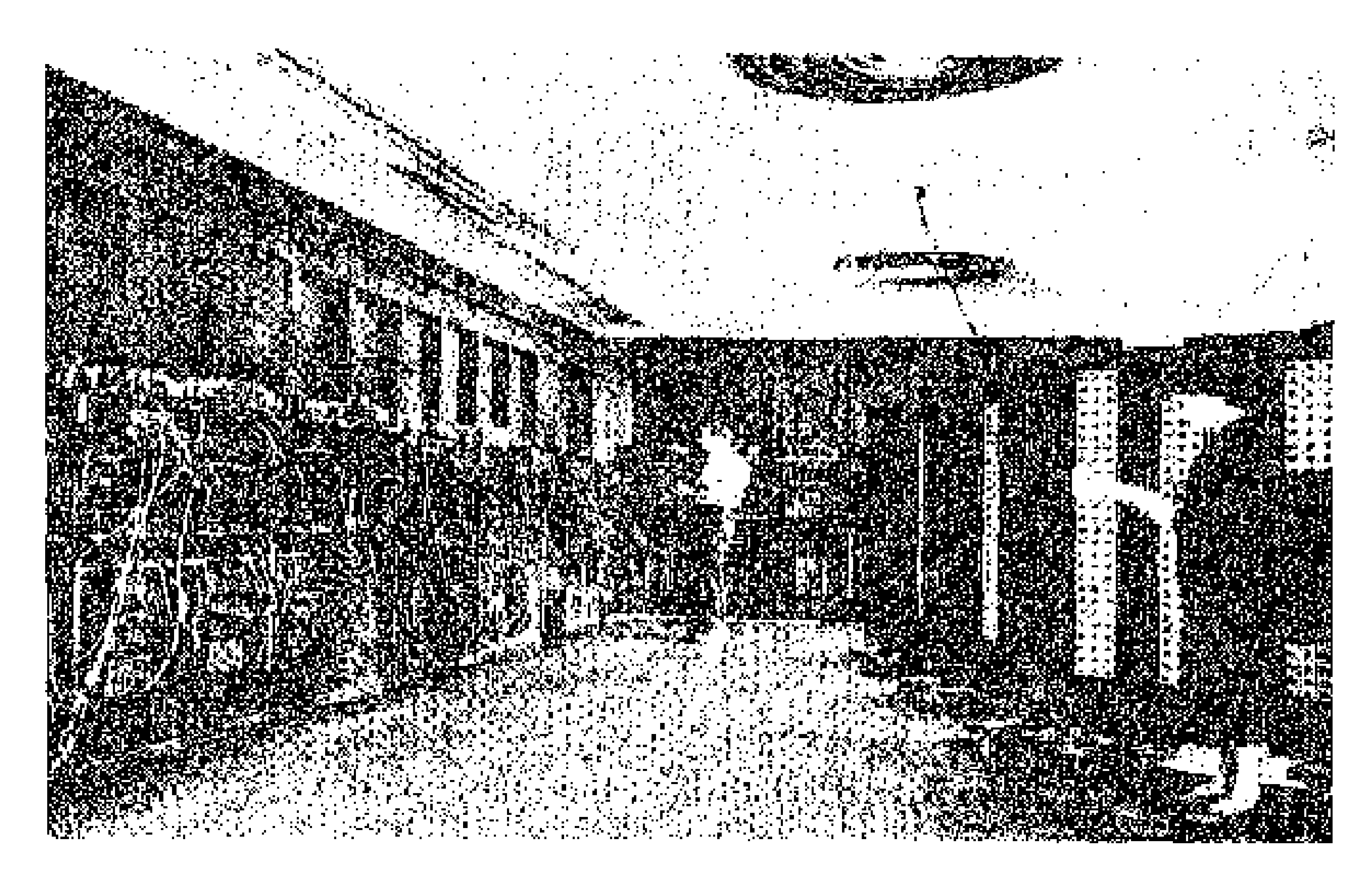
1) يعرف مفهوم شبكات الحاسوب.
2) يوضح كيفية نشوء شبكة الإنترنت وتطورها.
3) يعدد أهم فوائد استخدام الشبكة.
4) يقدم صورة إحصائية عن انتشار استخدام الشبكة في العالم.
5) يوضح مدى انتشار شبكات الحاسوب في الدول الأوروبية والوطن العربي.
6) يشرح أهم استخدامات متصفح Yahoo.
7) يبين مدى انتشار متصفح ياهو.
8) يبين مزايا استخدام متصفح Google.
9) يقارن مدى انتشار استخدام متصفح Google بمتصفح Yahoo.
10) يقدم عرضا عن كيفية استخدام موقع Facebook ومزاياه ومدى انتشاره.
11) يقدم عرضا عن فكرة موقع Twitter ومزاياه ومدى انتشار استخدامه عالميا وعربيا.
12) يقارن بصورة إحصائية بين مستويات شعبية المواقع الأساسية للانترنت عالميا.
13) يقارن بين ما لهذه المواقع وما عليها، بوصفها مواقع تواصل اجتماعية.
14) يقارن بين مزايا مواقع الإنترنت، ووسائل الاتصال التقليدية.
15) يقوم تأثيرات الإنترنت على الواقع الاجتماعي والحياتي في بلده.

فضاءات الإعلام الجديدة

شبكات الحاسوب Computer Networks

تناولنا في الفصلين الأول والثاني بصورة مختصرة بعض المقدمات عن الحاسوب والإنترنت، بقدر تعلق الأمر بالمقارنة بين ما سبقهما وما أعقب ظهورهما من تطور تكنولوجي في حقل الاتصالات والمعلومات، وما نتج عن ذلك من تحول في مكونات البيئة الاتصالية وعناصرها. في هذا الفصل سنخطو بصورة أوسع للاقتراب من آليات عمل الحاسوب والإنترنت، والمحركات الأكثر أهمية التي تنظم عملهما، والمواقع الأبرز التي تستحوذ على اهتمام مستخدمي شبكة الإنترنت، لنفهم أكثر آليات اشتغالها التي تؤثر بصورة مباشرة في المشهد الاتصالي، والواقع الإعلامي بصورة خاصة.

لقد كانت الحواسيب القديمة والكبيرة الحجم تتكون من معالج موجود في مركز الحاسوب ومحطات طرفية (شاشة ولوحة مفاتيح) موجودة في أماكن مختلفة، حيث إن البيانات تنتقل من المحطات الطرفية إلى المعالج لكي تنفذ الأوامر والبرامج. وهذا يمثل وجها من أوجه الشبكات.



الشكل (1) الحواسيب القديمة قبل ظهور الإنترنت[1]

لقد ظهرت الحاجة ملحة لربط الحواسيب مع بعضها البعض عندما انتشرت الحواسيب الشخصية في المؤسسات والمنظمات في نهاية عقد السبعينات من القرن العشرين، وأصبحت الحاجة ملحة لتشارك تلك الحواسيب في البيانات والمعلومات.

وبالإمكان أن نبني تعريفا مبسطا لشبكات الحاسوب على أنها حاسوبان أو أكثر، ترتبط مع بعضها البعض باستخدام وسيط معين، سلكي أو لاسلكي، وتهدف إلى نقل البيانات وتبادلها، طبقا لقوانين معينة تسمى بروتوكول الشبكة.

---

[1] الصورة لأول حاسوب في التاريخ، أنشئ بين عامي 1943 و 1945 في جامعة بنسلفانيا في الولايات المتحدة الأمريكية في غرفة مساحتها 20 x 40 قدما ، ويزن 30 طنا. للمزيد من التفاصيل راجع الموقع التالي:

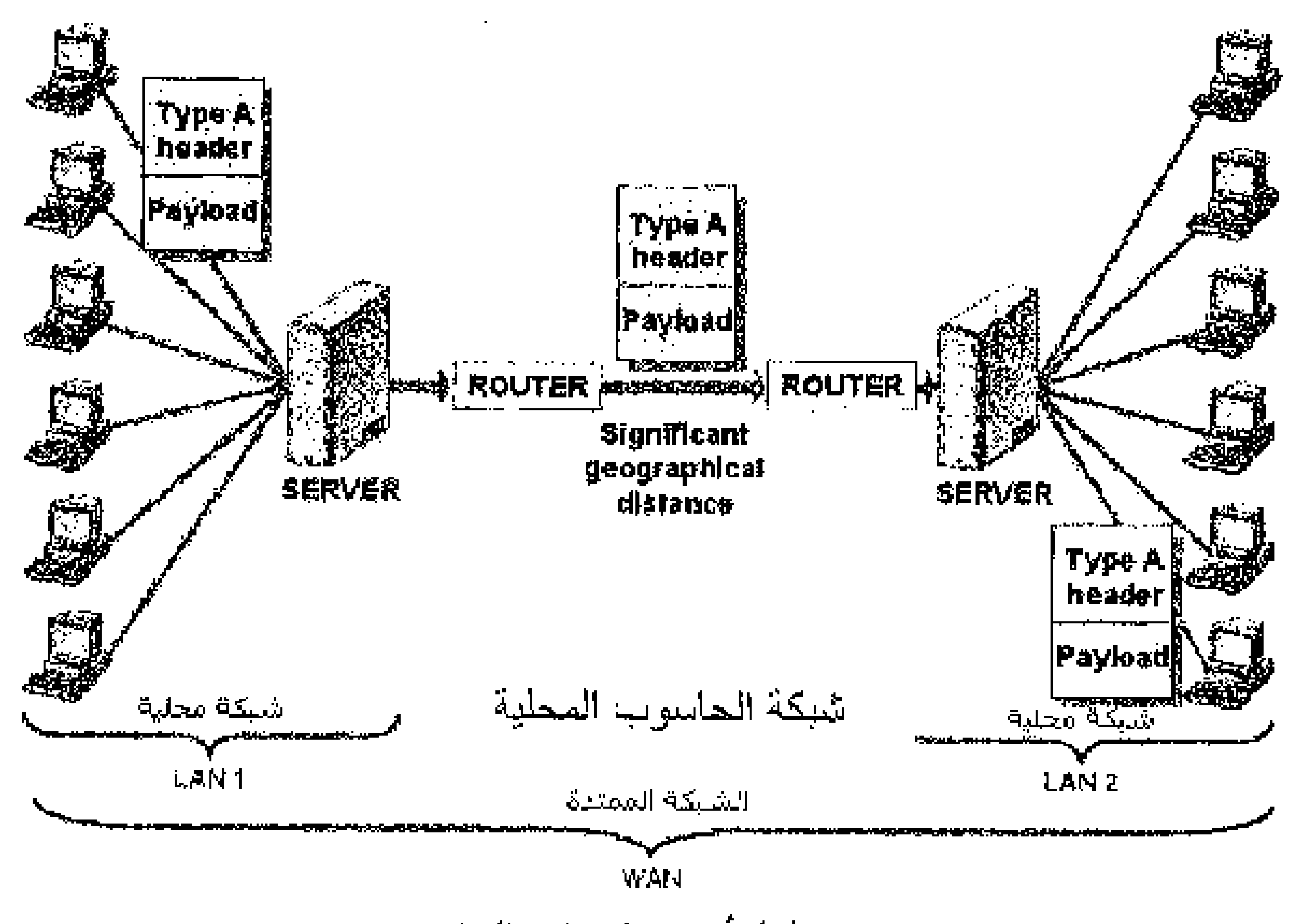
http://www.computersciencelab.com/ComputerHistory/HistoryPt4.htm

وتقسم شبكات الحاسوب حسب التباعد الجغرافي إلى نوعين أساسين، هما:

الشبكات المحلية: وتستخدم لتغطي طابقا من عمارة أو عمارة كاملة أو مجموعة عمارات متقاربة ضمن شركة أو مؤسسة معينة، حيث إن المسافات بينها تكون بحدود كيلومتر واحد. وتمتاز هذه الشبكات بسرعة نقل المعلومات والسرية العالية.

الشبكات الواسعة: ويكون بإمكانها أن تغطي مدينة كاملة أو عدة مدن. وخير مثال على ذلك هو الإنترنت، وهي أقل سرعة وسرية في نقل المعلومات من النوع الأول.

وهناك نوع آخر بين الاثنين وهو **الشبكات المتوسطة** التي تجمع بين مزايا النوعين الآخرين. والشكل (2) يوضح أنواع شبكات الحاسوب وكيفية الربط بين الشبكة المحلية والشبكة الواسعة أو الممتدة.



الشكل (2) أنواع شبكات الحاسوب

http://najranedug.gov.sa/aeforum/details.php?p=293&forumname=54&subjno=293

تطور الإنترنت Internet Development

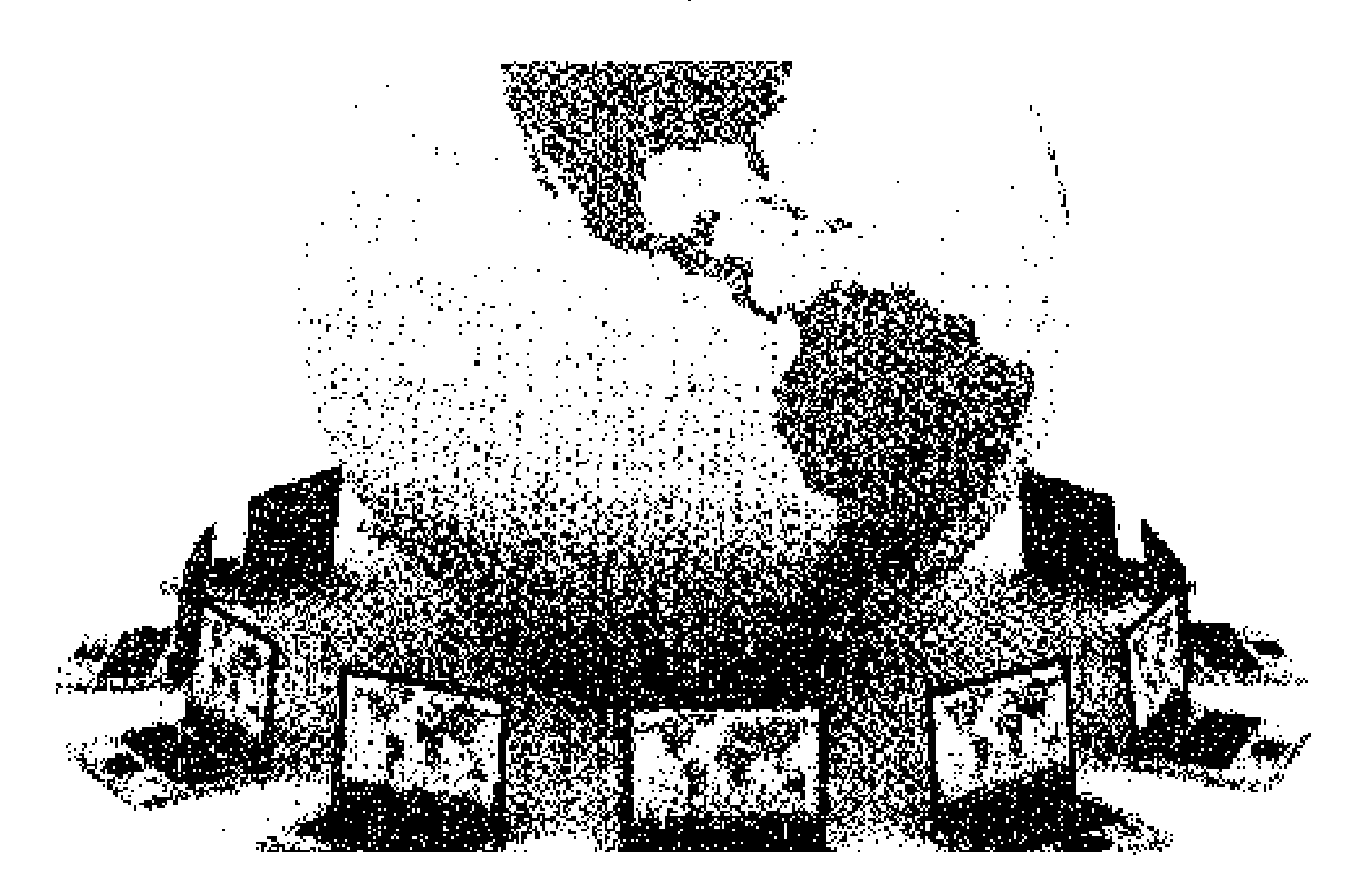
بدأت الإنترنت كمشروع أولي لوزارة الدفاع الأمريكية عام 1969، هدفه حفظ المعلومات العسكرية وتداولها بين الجهات المرتبطة بها، ثم تطورت لتشمل قطاع التعليم والبحث العلمي والتجارة والاقتصاد والمواصلات والاتصالات والأرصاد والإعلام وغيرها على امتداد العالم. ورغم أن الإنترنت من الناحية التقنية هي مجموعة من الحواسيب والأجهزة المساندة والخوادم وشبكات الحواسيب المتصلة ببعضها عن طريق توصيلات سلكية ولاسلكية، غير أنها تعمل بشكل غير مركزي، إذ لا يعتمد أي جزء منها في تشغيله على الآخر.

ولو أجرينا مقارنة زمنية بسيطة بين سرعة انتشار الإنترنت والفترات التي استغرقتها كل من وسائل الاتصال التي سبقتها كالصحافة والسينما والإذاعة والتلفزيون، لوجدنا أن الإنترنت كانت الأسرع انتشارا بين هذه الوسائل، والأسرع نموا وتأثيرا في العالم، إذ لم يقتصر وجودها على بقعة جغرافية محددة، فكل ما يلزم لاستخدامها في أي زاوية من زوايا عالمنا الواسع هو جهاز حاسوب مزود بمودم وبرمجيات اتصال مناسبة. لقد تغيرت الحياة بسرعة كبيرة بعد ظهور الإنترنت ودخولها في دقائق مجريات حياتنا، فقد أزالت الحواجز وقلصت المسافات التي تفصل بين المجتمعات، وغطت مجالات الحياة المختلفة للفرد والمجتمع. ومع التقدم التقني في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، صارت الإنترنت تستخدم الوسائل البصرية والصوتية والنصية المكتوبة جميعا، وتخترق حواجز الزمان والمكان والتضاريس الجغرافية والأنواء الجوية.

ويمكننا إجمال مزايا الإنترنت التي تفوقت بها على الوسائل الأخرى على النحو التالي:

- سرعة وسهولة نقل وتراسل المعلومات.
- تعدد الوسائط التي تستخدمها.

- إلغاء حدود الزمان والمكان.
- سهولة البحث عن البيانات بأشكالها المختلفة على المستويين الأفقي (عبر العالم) والعمودي (عبر التاريخ).
- تنوع خدماتها والميادين التي تستخدم فيها

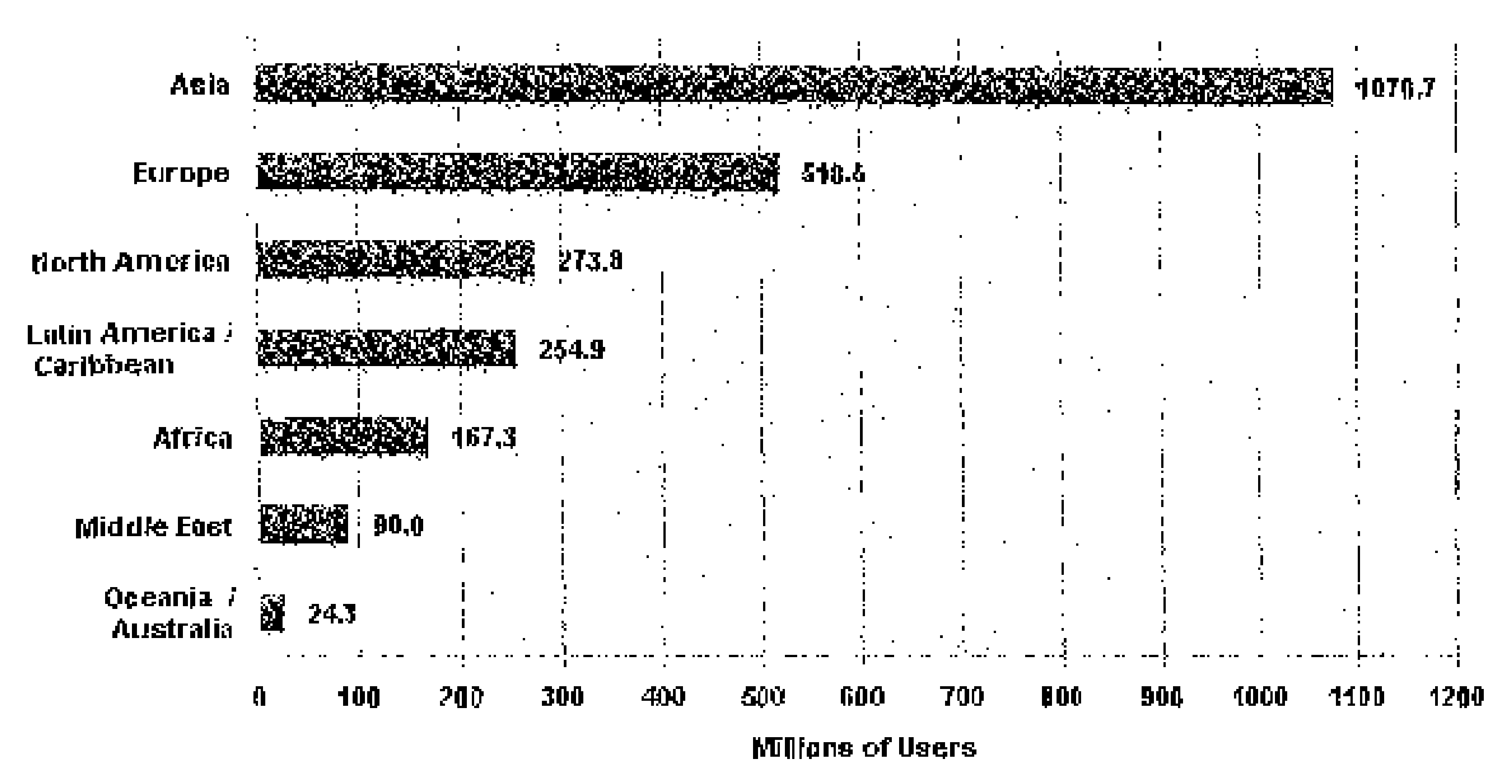


الشكل (3) الإنترنت في العالم

http://www.engazsystems.com/?p=278

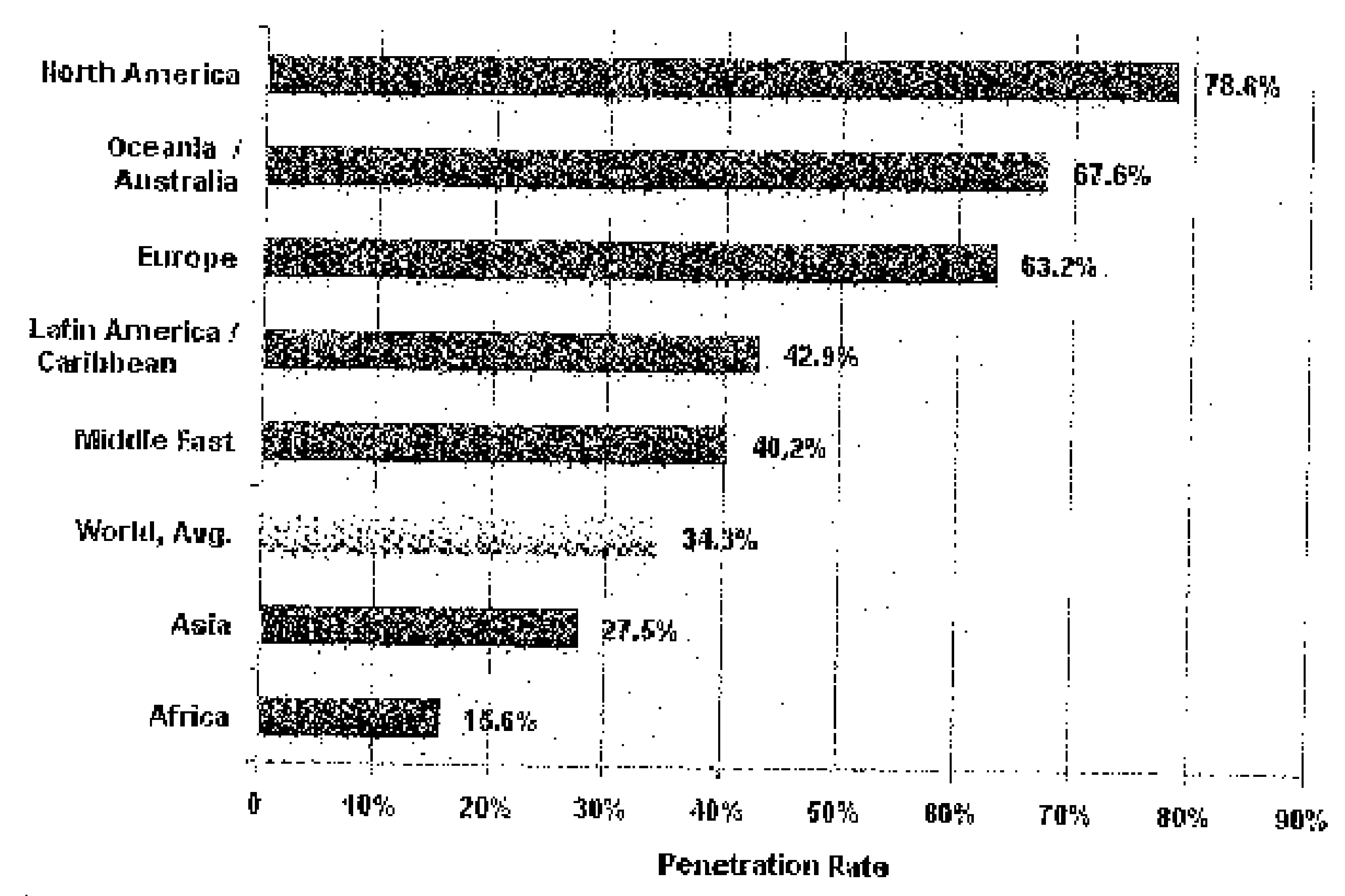
انتشار الإنترنت في العالم Internet Penetration in the World

انتشرت الإنترنت في بداياتها في كل من أمريكيا وأوربا، وتوسعت بشكل سريع اعتمادا على التطور التكنولوجي الكبير الذي شهدته هذه الدول وما وفرته من بنى تحتية تتصل بصورة خاصة بمجال التكنولوجيا والاتصالات والمعلوماتية. والشكل (4) يمثل إحصائية لعدد مستخدمي الإنترنت حول العالم موزعة حسب التوزيع الجغرافي للقارات. وهنا نلاحظ أن قارة آسيا تتصدر مستخدمي الإنترنت في العالم، ذلك أن عدد سكان آسيا كبير جدا مقارنة بالقارات الأخرى.



الشكل (4) إحصائية عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم

أما الشكل (5) فيمثل انتشار الإنترنت مقاسا بعدد المستخدمين في كل بلد أو لقارة، نسبة إلى عدد سكان ذلك البلد أو القارة. ونلاحظ هنا أن قارة أمريكا الشمالية تتصدر قارات العالم بنسبة تصل إلى أكثر من 78.6. ونلاحظ أن آسيا وأفريقيا تقعان في آخر القائمة بنسبة تصل إلى أكثر من 27.5 و 15.6 على التوالي. ومن هنا نلاحظ أن هذا الكم الهائل من مستخدمي الإنترنت حول العالم يقود أكثر اعتبارها الوسيلة الإعلامية القوية والفعالة والتفاعلية الأكثر انتشاراً في التواصل ونقل المعلومات وتبادلها عبر العالم.



الشكل (5) إحصائية نسبة انتشار الإنترنت حول العالم

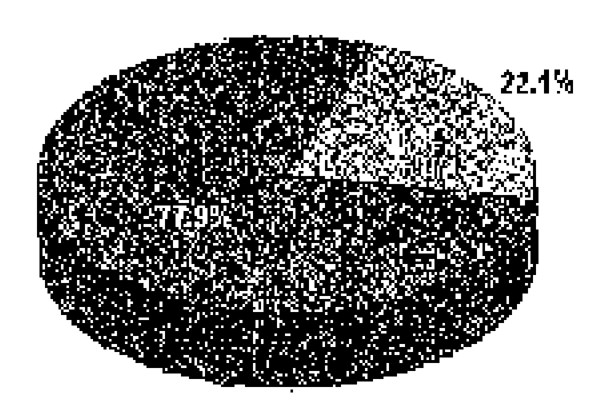
الإنترنت في أوروبا Internet in Europe

انتشرت الإنترنت في دول أوربا اعتمادا على البنية التحتية التي وفرتها هذه الدول في مجال التكنولوجيا والاتصالات والمعلوماتية. الشكل (6) يمثل عدد مستخدمي الإنترنت في أوربا. والإحصائية تعود لنهاية عام 2011، آخذين بعين الاعتبار أن عدد سكان أوربا يتجاوز 812 مليون نسمة، وأن عدد سكان العالم بحدود 7 مليار نسمة، أي أن نسبة سكان أوربا هو حوالي 22% من سكان العالم. والشكل يوضح أن عدد مستخدمي الإنترنت في أوربا بحدود 500 مليون مستخدم

أي أن نسبة مستخدمي الإنترنت في أوربا (وهو مايطلق عليه انتشار أو اختراق الإنترنت) هو بحدود 61% من سكان أوربا.

إن لهذا الإنتشار الواسع للانترنت أثرا كبيرا في استخدامها في الجانب الإعلامي الذي يطمح في وصول الخبر إلى المتلقين في الزمان نفسه وفي أي مكان من العالم. ولكن لو قارنا ذلك مع إحصاءات منتصف عام 2012، فسنلاحظ أن نسبة مستخدمي الإنترنت تراجعت أكثر من 15.3 %، وهو تراجع يعزى إلى التوجه نحو تقنيات الاتصالات الأخرى ووسائلها العديدة والمتجددة، كالحزمة الواسعة والهاتف النقال.

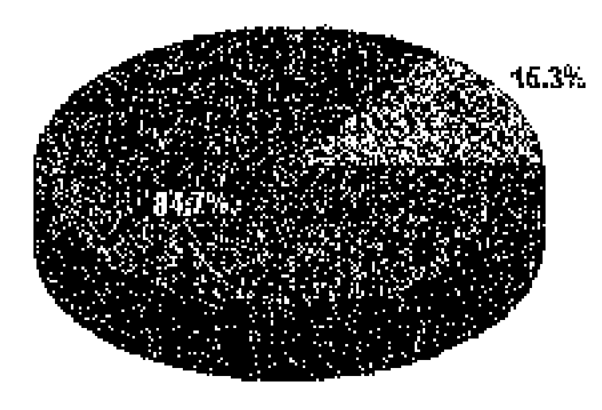
Internet Users in Europe
December 31, 2011



World, 77.9%
Europe, 22.1%

Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com
Based on 2,267,233,742 estimated world Internet users
Copyright © 2001-2012, Miniwatts Marketing Group

European Union Internet Users
June 30, 2012



World 84.7%
European Union 15.3%

Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com
369,021,986 Internet Users in the EU on 2012 Q2
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

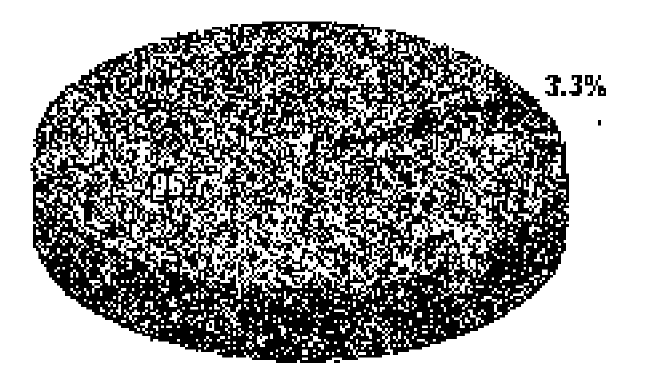
الشكل (6) مستخدمو الإنترنت في أوربا

الإنترنت في الوطن العربي Internet in the Arab Land

لابد أن نعترف بوجود الفجوة الرقمية بين دول العالم المتقدم صناعيا وأقطار الوطن العربي، وهو واقع مفروض على أقطارنا لأسباب كثيرة لسنا في صددها الآن، ولكن هذا الفرق يظهر جليا على انتشار الإنترنت في الوطن العربي. إن أول دخول للانترنت إلى الوطن العربي كان في تونس في عام 1991، ثم تلتها في السنة الثانية الكويت ثم تلتها كل من الإمارات العربية المتحدة ومصر، وبعدها توالت الأقطار العربية الأخرى تباعا. ولابد من الإشارة هنا إلى أنه في تلك السنوات كان الاستخدام في الوطن العربي قليلا جدا.

لو تفحصنا الشكل (7) لوجدنا أن عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط يتجاوز 216 مليون نسمة، في حين يصل عدد سكان العالم إلى 7 مليار نسمة، وتصل نسبة سكان أوربا إلى 3% من سكان العالم. هذه الإحصائية تعود لنهاية عام 2011. ويوضح الشكل المشار إليه أن عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط يبلغ حوالي 77 مليون مستخدم، أي أن نسبة مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط إلى سكان الشرق الأوسط هي بحدود 31%. ولابد من الإشارة هنا إلى وجود تقدم ملحوظ في استخدام الإنترنت في دول هذه المنطقة، وبخاصة في الوطن العربي في الآونة الاخيرة. ومع ذلك فإننا نجد فرقا كبيرا عند مقارنة ذلك مع مستخدمي الإنترنت في أوربا. ولكن لو قارنا ذلك مع الإحصاءات التي توضح الحالة في منتصف عام 2012، نلاحظ أن نسبة مستخدمي الإنترنت قد ازدادت أكثر من 3.7%، وهذه الزيادة كان سببها التوجه نحو استخدام هذه البيئة بشكل أوسع.

Internet Users in the Middle East
March 31, 2011

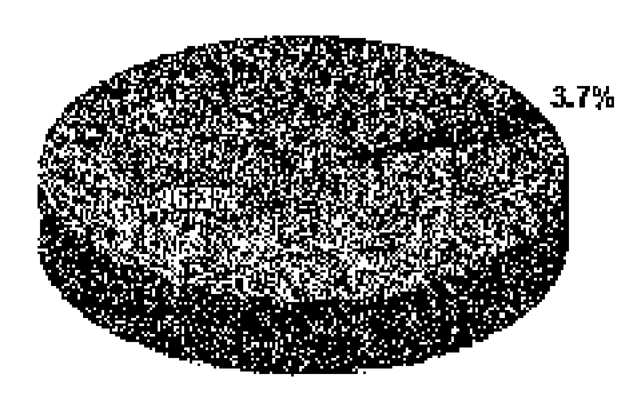


3.3%

Middle East
Rest of world

Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com
68,553,666 estimated Internet Users for 2011Q1
Copyright © 2011, Miniwatts Marketing Group

Internet Users in the Middle East
and the World - June 30, 2012

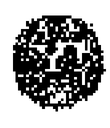


3.7%

Middle East 3.7%
Rest of world 96.3%

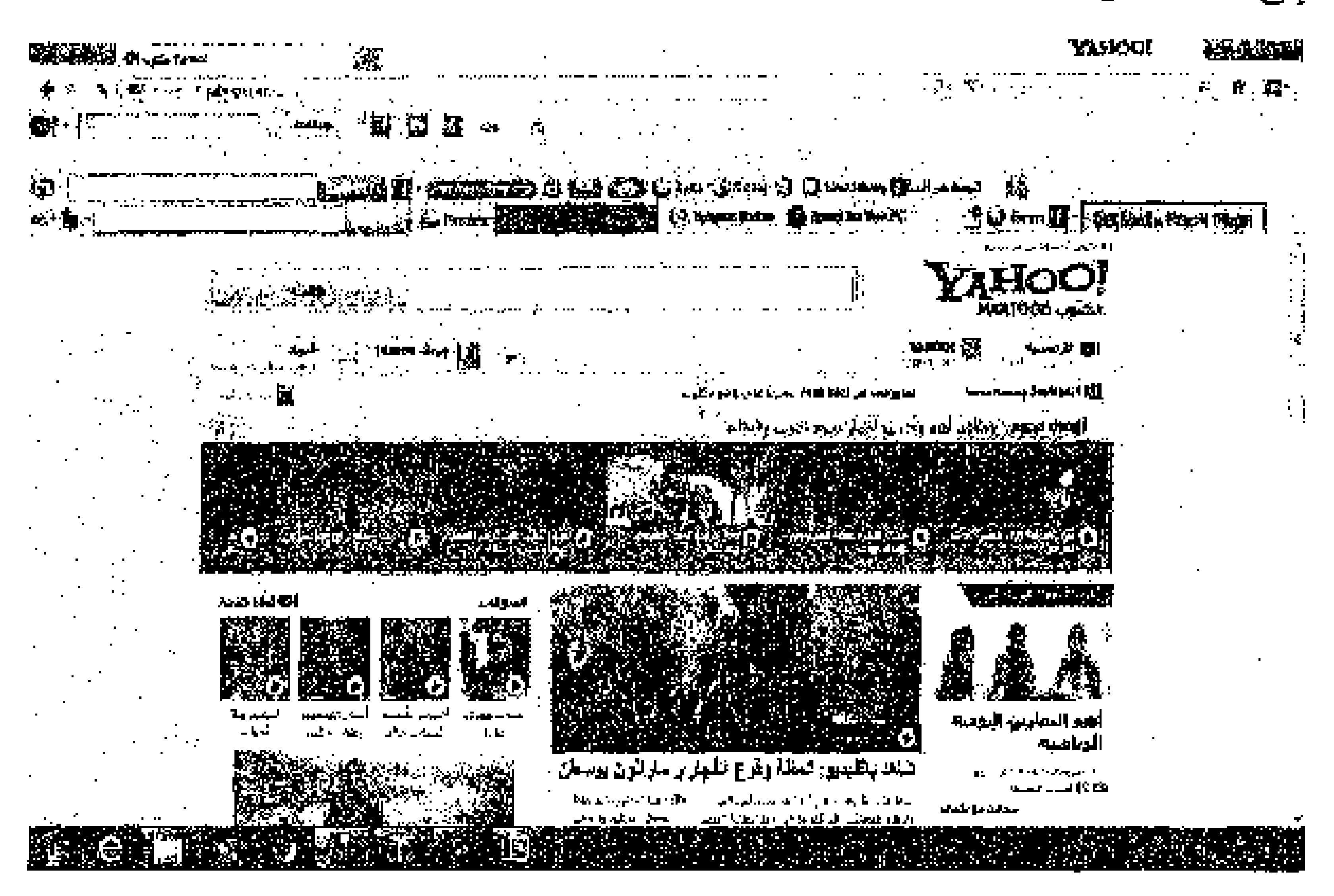
Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com
90,000,455 estimated Internet Users for 2012Q2
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

الشكل (7) مستخدمو الإنترنت في الشرق الأوسط

متصفح ياهو  Yahoo Browser

يعد المتصفح "ياهو" أحد الأدوات المهمة الموجودة على الإنترنت، وبإمكانك البحث عن طريقه والوصول إلى المعلومة المطلوبة خلال وقت قصير، وذلك بالاعتماد على الكلمات المفتاحية المستخدمة، وطريقة وضعها وترتيبها. يلاحظ في الشكل (8) أننا أخذنا لقطة الياهو وهو يعرض خبر تفجيرات بوسطن الأمريكية في 2013/4/15، الذي يعكس سرعة انتشار الخبر. إن بإمكان المتصفح كتابة مايريد الوصول إليه من أخبار أو معلومات في أي من حقول المعرفة المتعددة، وبعدها يختار مايراه مناسبا. وهذا الأمر متاح بعدة لغات ومن بينها اللغة العربية.

وعلى الرغم من أن المحتوى المكتوب باللغة العربية المتوفر على الإنترنت قليل مقارنة باللغات الأخرى، إلا أن جدواه أصبحت ذات فاعلية أكبر. وبإمكانك أن تتابع الصحف والمجلات الإلكترونية وقراءة الأخبار المكتوبة والمصورة، التي تنقل لك الأحداث والأخبار اليومية. أما إذا لم تحصل على ضالتك عن طريق البحث في المحتوى باللغة العربية، فأبسط طريق هو البحث باللغة الانكليزية ثم ترجمة ذلك إلى اللغة العربية.



الشكل (8) متصفح الياهو على الإنترنت

http://maktoob.yahoo.com/?p=us

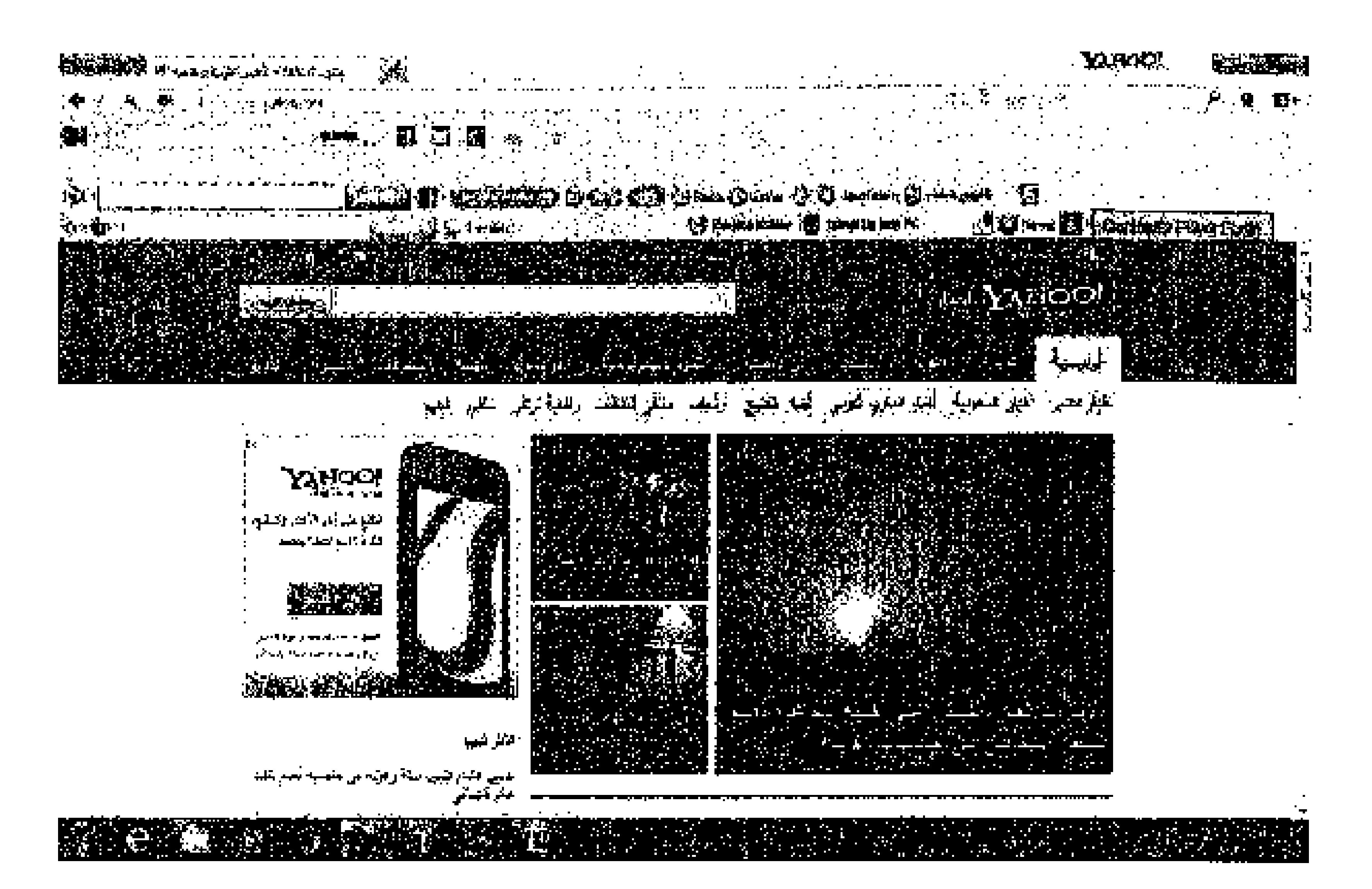
أخبار ياهو Yahoo News

لمتصفح "ياهو" صفحة إخبارية على الإنترنت لنقل الأخبار والتقارير الإخبارية العالمية والمحلية باللغة التي يختارها المستخدم، ومنها اللغة العربية التي تنقل الأخبار العالمية والعربية. وهذه الصفحة مصنفة إلى عدة حقول، كل حقل منها يضم أقساما أخرى لذلك الحقل. وكما هو موضح في الشكل (9) يلاحظ وجود

أخبار سريعة متنوعة، وهي أخبار تتغير على مدار الساعة لمتابعة المستجدات من كل مكان.

وتضم صفحة ياهو عددا من الحقول التي تحافظ على ثبات نسبي بحسب أهمية الصفحة ومحتوياتها وإقبال الجمهور على مشاهدتها. ويمكن تأشير الحقول الأساسية التالية في متصفح ياهو:

- الرئيسة: وتضم أخبار مصر والسعودية والمغرب العربــي والخلــيج العربــي وغيرها من الأخبار، فضلا عن وجود فقرة خاصة بآخر أحداث الساعة.
- عربية: وتضم أخبار الوطن العربي وآخر المستجدات الأخبارية فيه.
- عالمية: وتضم الأحداث والأخبار العالمية.
- اقتصاد: وتضم الأخبار الاقتصادية العربية والعالمية وأخبار الشركات الصناعية والتجارية.
- فن وثقافة: وتضم أخبار الفن والثقافة والأفلام والمسابقات العربية والعالمية.
- علوم وتكنولوجيا: وتضم أخبار التطورات التكنولوجية والاكتشافات الجديدة حول العالم.
- حوادث: وتضم أخبار الساعة والتي لها تأثير كبير في العالم.
- رياضة: وتضم أخبار الألعاب والمسابقات الرياضية العربية والعالمية.
- متفرقات: وتضم الأخبار الصحية والسياحية حول العالم.
- صور: وتضم صورا من الواقع المباشر لأحداث الساعة.



الشكل (9) أخبار صفحة ياهو

/http://maktoob.news.yahoo.com

متصفح كوكل Google Browser

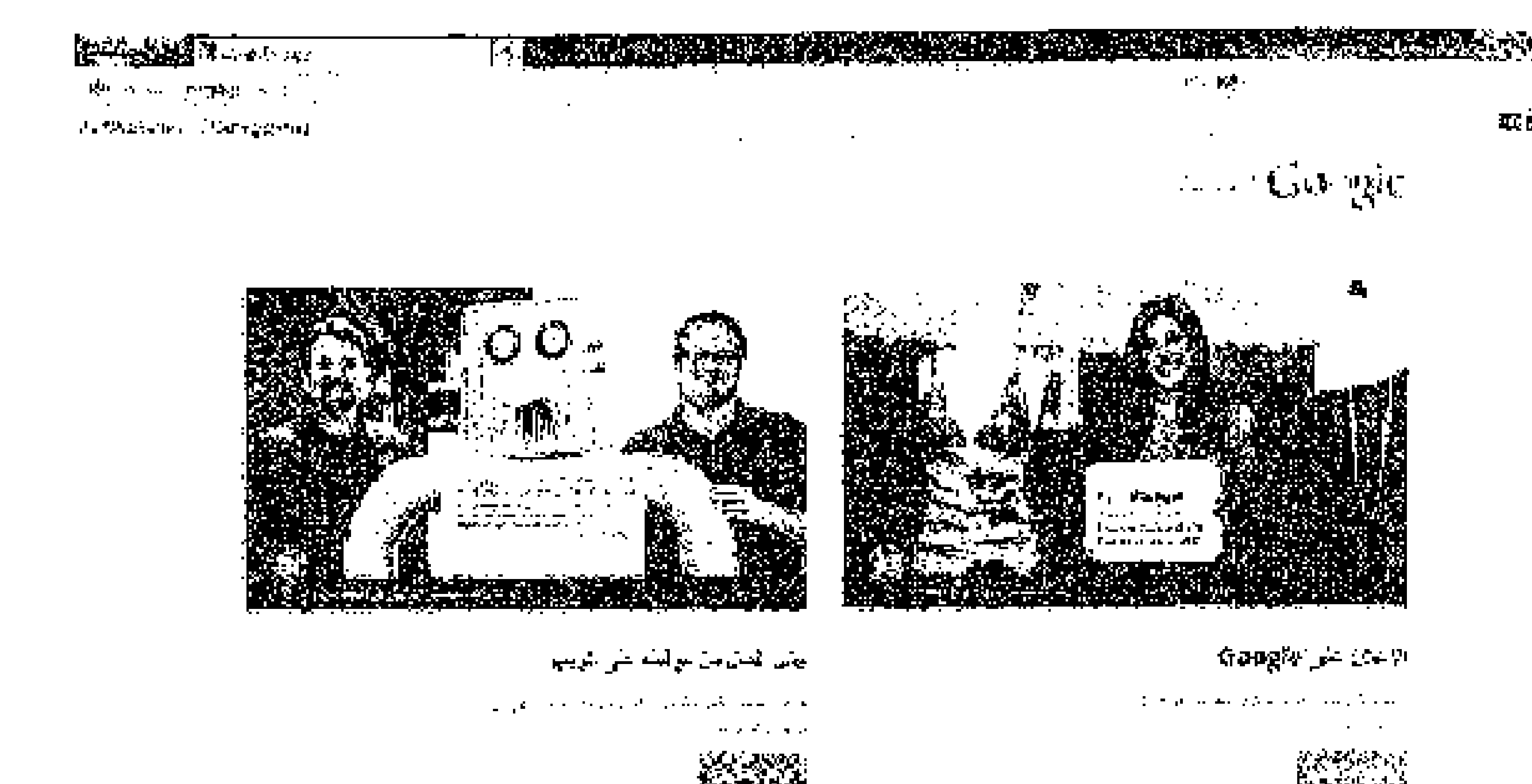
يعد المتصفح "كوكل" أحد أهم الأدوات الموجودة على الإنترنت، وهو مشابه للمتصفح ياهو، وبإمكانك البحث عن طريقه أيضا للحصول على المعلومات المطلوبة في وقت قصير. كما إن بإمكانه العمل بعدة لغات من بينها اللغة العربية حسب طلب المستخدم، كما هو موضح في الشكل (10). وبإمكان المستخدم الاطلاع على ما هو موجود في أعلى الصفحة، حيث يجد المشاهد أبواب تصفح على النت يختار منها ما يناسبه، وهي صور أو خرائط أو أخبار أو مستندات أوغيرها.



الشكل (10) متصفح كوكل على الإنترنت

http://www.google.iq/

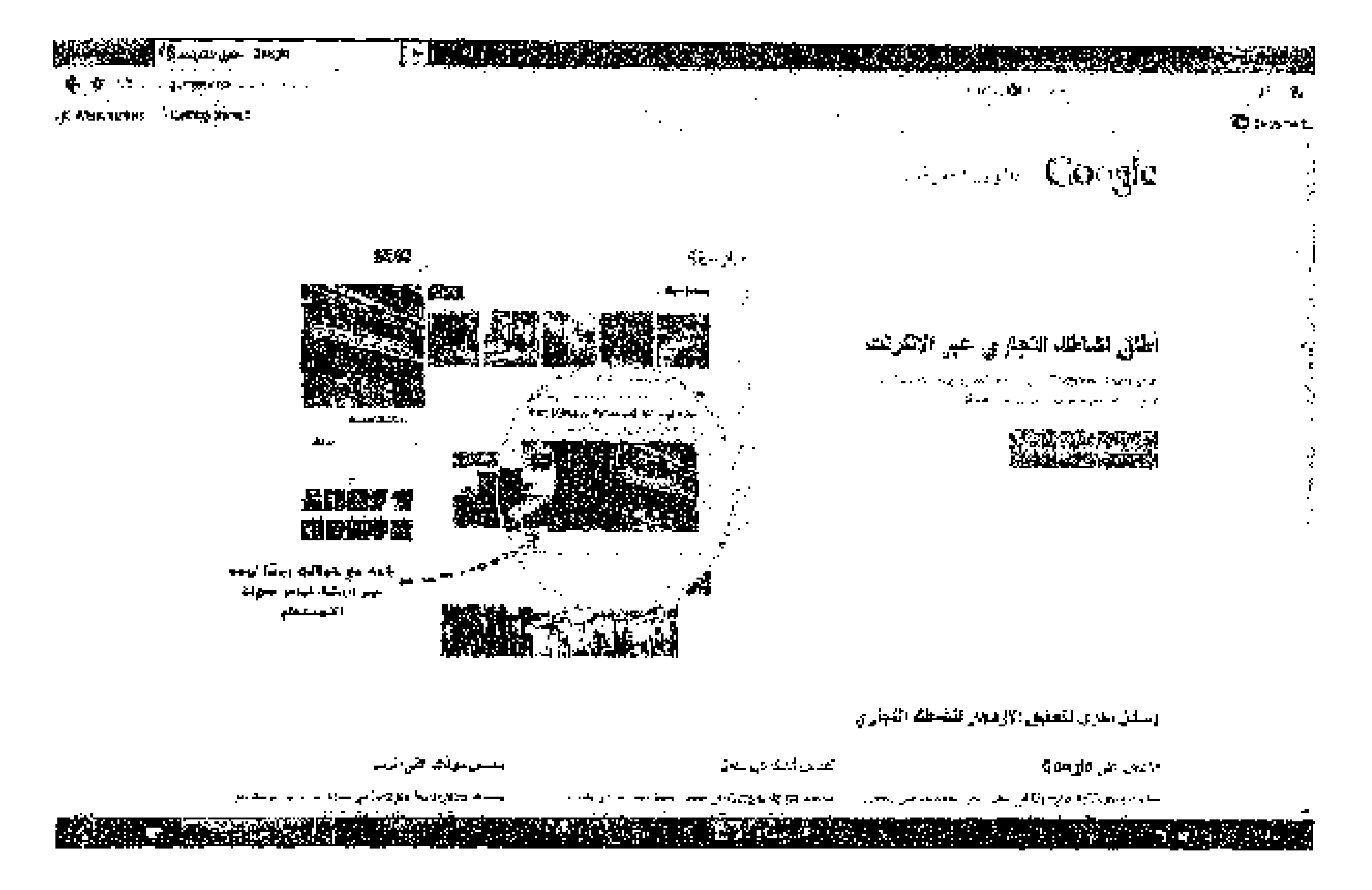
ولو لاحظنا ماهو موجود في أسفل الصفحة لوجدنا أمورا تخصصية أخرى، كالبرنامج الإعلاني وحلول الشركات والخصوصية والبنود وغيرها. فالبرنامج الإعلاني يعني أن بإمكانك بث الإعلان ونشره عن طريق كوكل، حيث يشاهدك كل من يدخل على كوكل، كما هو موضح في الشكل (11).



الشكل (11) الإعلان عن طريق كوكل

http://www.google.iq/intl/ar/ads/

أما حلول الشركات فإن بامكانك إطلاق نشاطك التجاري عن طريق كوكل، ويمكنك أن تنشئ صفحة خاصة بك وبالنشاط الذي ترغب أن تمارسه، كما هو موضح في الشكل (12).

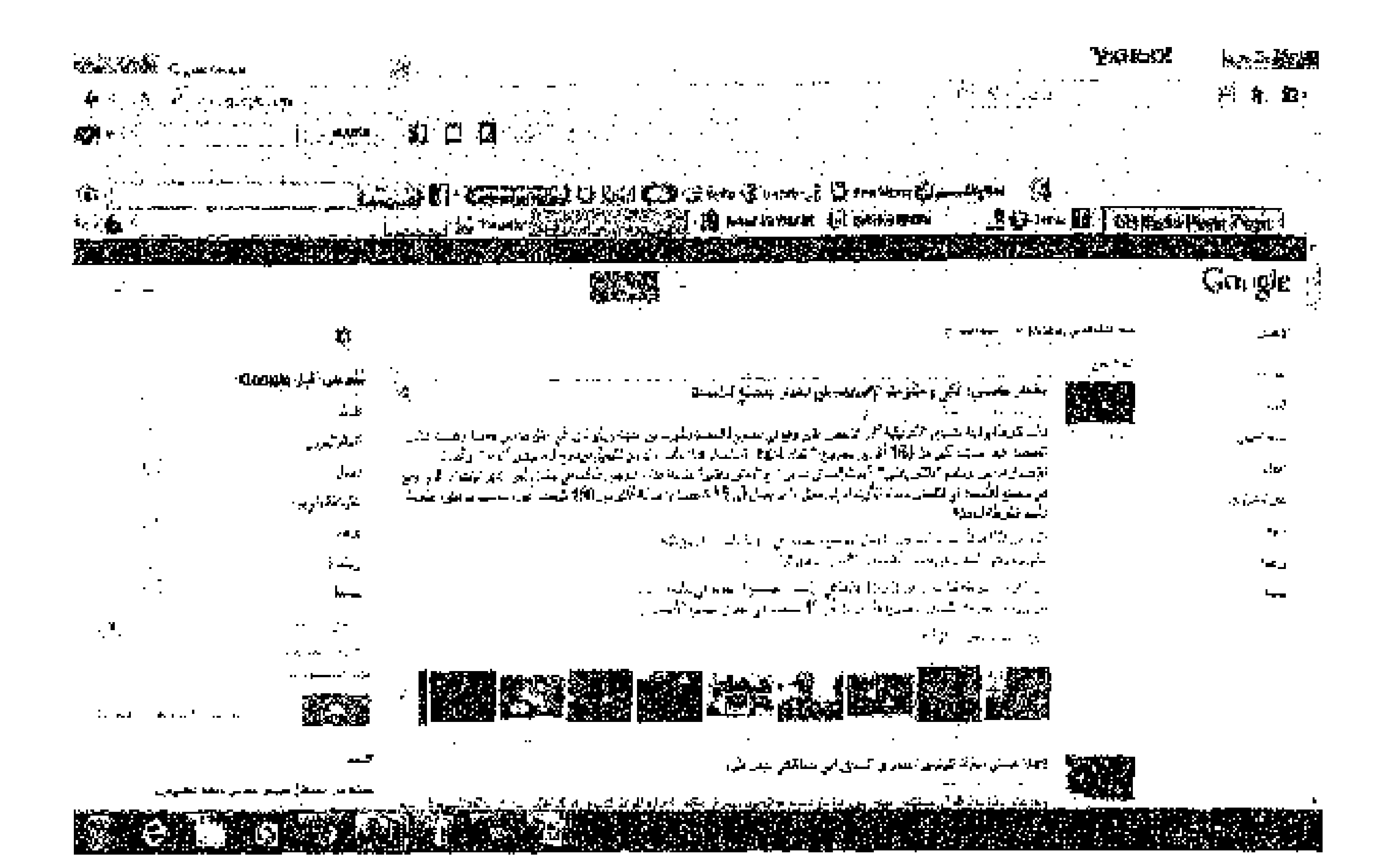


الشكل (12) النشاط التجاري عن طريق كوكل

http://www.google.com/intl/ar/services/

أخبار كوكل Google News

ينقل المتصفح كوكل الأخبار العربية والعالمية أولا بأول، هذا فضلا عن أن هذه الأخبار تكون مصنفة إلى مجاميع منها العالم، والوطن العربي، والأعمال، والعلوم والتكنولوجيا، والترفيه والرياضة والصحة، كما هو موضح في الشكل (13)، حيث نلاحظ الخبر الأهم الذي تركز عليه هذه الصفحة هو الانفجار الذي حدث في مصنع للأسمدة في تكساس في الولايات المتحدة الأمريكية يوم 2013/4/17.



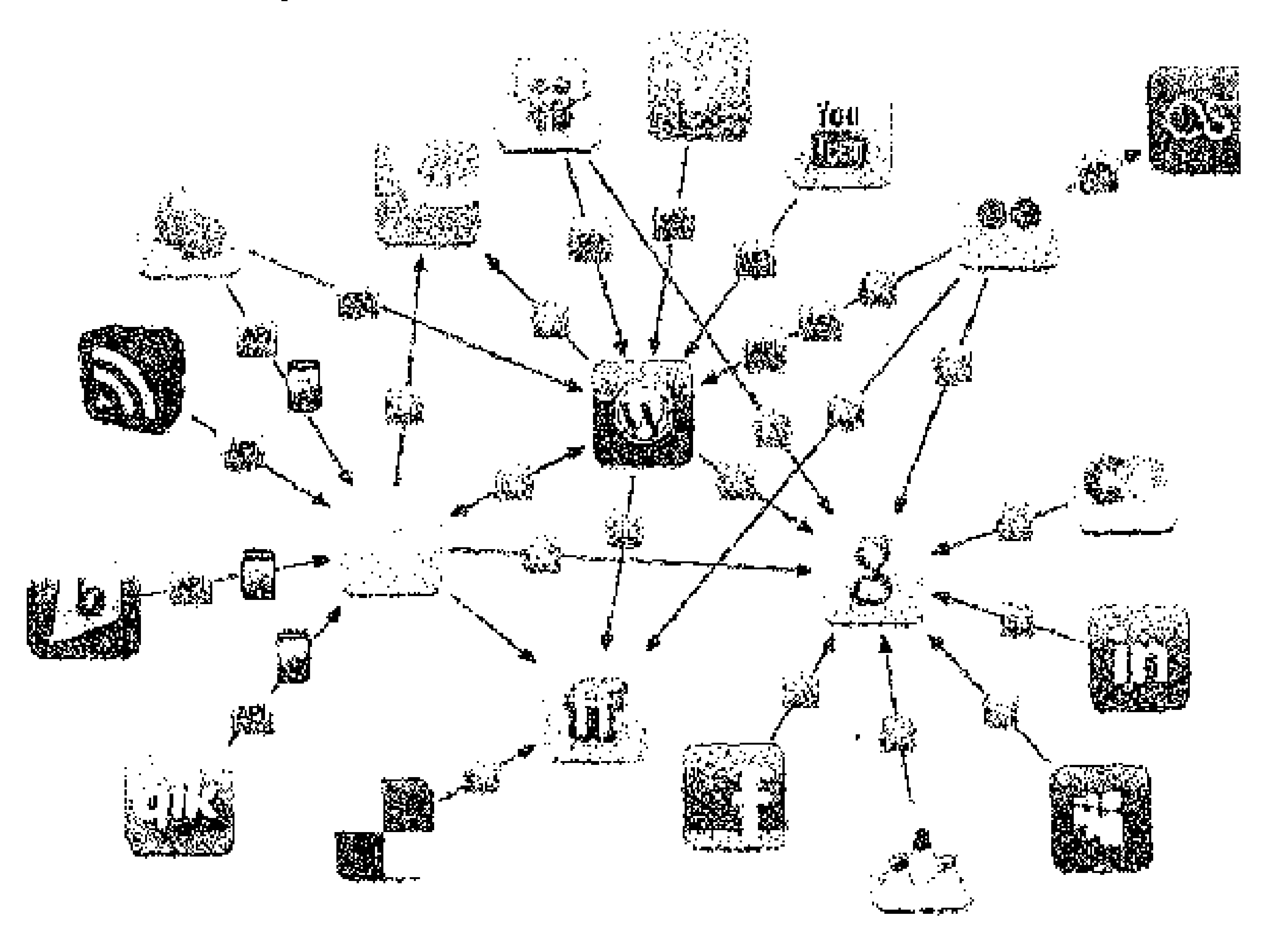
الشكل (13) أخبار صفحة كوكل

http://news.google.com/?hl=ar

وسائل التواصل الاجتماعي Social Media

وهي وسائل إعلام اجتماعية ظهرت في السنوات الاخيرة وانتشرت بشكل واسع جدا وسريع قياسا بوسائل التواصل التي سبقتها. وتعد هذه الوسائل من أحدث التطورات التي طرأت على الإنترنت و التي صاحبها ظهور العديد من وسائل التكنولوجيا الحديثة. إن الإعلام الاجتماعي يمثل قفزة كبيرة للتواصل من خلال الشبكة العنكبوتية بشكل تفاعلي أتاح فرصاً عديدة منها التشارك بالمعلومات بين جميع مشتركي الشبكة مع إمكانات التفاعل المباشر والحر على المواقع الاجتماعية، كما أتاح الفرصة للمتلقين بأن يصنعوا برامجهم الإذاعية والتلفزيونية التي يحبونها ويتابعونها، وذلك بطرح مقترحات لمعد البرنامج، أو المشاركة بطرح أسئلة للضيف الذي ستتم استضافته بالبرنامج إلى غير ذلك (الشكل 14).

إن مواقع التواصل والإعلام الاجتماعي، بما تمنحه من قدرة على التشارك الواسع في المعلومات وتداولها بين الجمهور على نحو متزامن يؤمن التفاعل السريع بين أطرافه، قد أسهم بشكل كبير في التأثير في مسارات الأحداث في مناطق مختلفة من العالم، وذلك بالإفادة من تقنيتي الإنترنت والهاتف المحمول بصورة أساسية. وما التحولات السياسية التي اجتاحت منطقة الشرق الأوسط ومظاهر الحراك التي عمت العديد من الدول الأوربية وأمريكا إلا نتيجة مباشرة من نتائج التواصل الاجتماعي عبر هذه المواقع بغض النظر عن مدى دقة المعلومات التي جرى تبادلها والتفاعل معها، ومدى صواب ردود الأفعال التي أعقبتها.

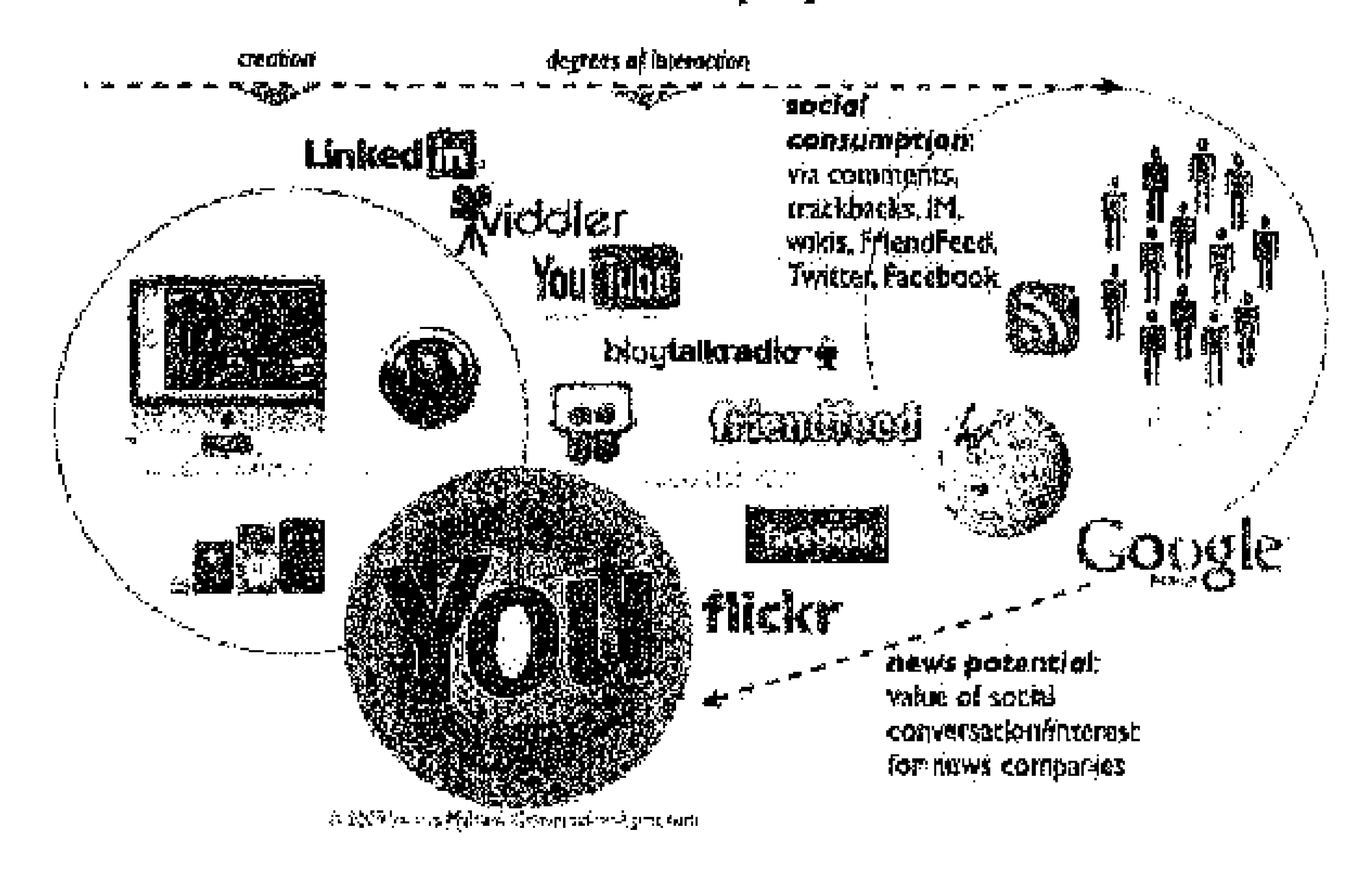


الشكل (14) وسائل التواصل والإعلام الاجتماعي

http://www.almasryalyoum.com/node/1156421

لقد أصبحت وسائل الإعلام الحديثة، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي ووسائله، جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، فمن منا لا يستخدم الإنترنت بأدواتها، مثل فيسبوك وياهو وكوكل، في الوصول إلى المعلومات المطلوبة في حياتنا اليومية. ويشمل التطور التكنولوجي مختلف أدوات التكنولوجيا على الإنترنت، التي تمكن المستخدم من التواصل بسهولة عبر شبكتها لتبادل المعلومات والموارد. وتشمل وسائل الإعلام الاجتماعية النص والصوت والرسومات والفيديو والصور وغيرها من الوسائط المتعددة والاتصالات الحديثة.

لقد تعددت أنواع وسائل الإعلام الاجتماعية وتنوعت استخداماتها، ويعد أكثرها شيوعاً واستخداماً مواقع البحث الاجتماعي مثل "كوكل" و"ياهو" ومواقع مشاركة الصور، ومواقع البحث عن أفلام الفيديو مثل "يوتيوب"، وكذلك مواقع المدونات والتدوين المصغر. أما بخصوص استخداماتها المتنوعة فإنها يمكن أن تستخدم لأسباب شخصية بحتة أو لإدارة الشركات والمؤسسات وللتواصل مع الزبائن والموردين، أو للتسويق. ولابد من الإشارة هنا إلى دور وسائل الإعلام الاجتماعية مؤخراً في تطور الأحداث السياسية فيما أطلق عليه تسمية "الربيع العربي"، والذي أسهم بشكل كبير في نشر الخبر بشكل سريع إلى كافة انحاء العالم.



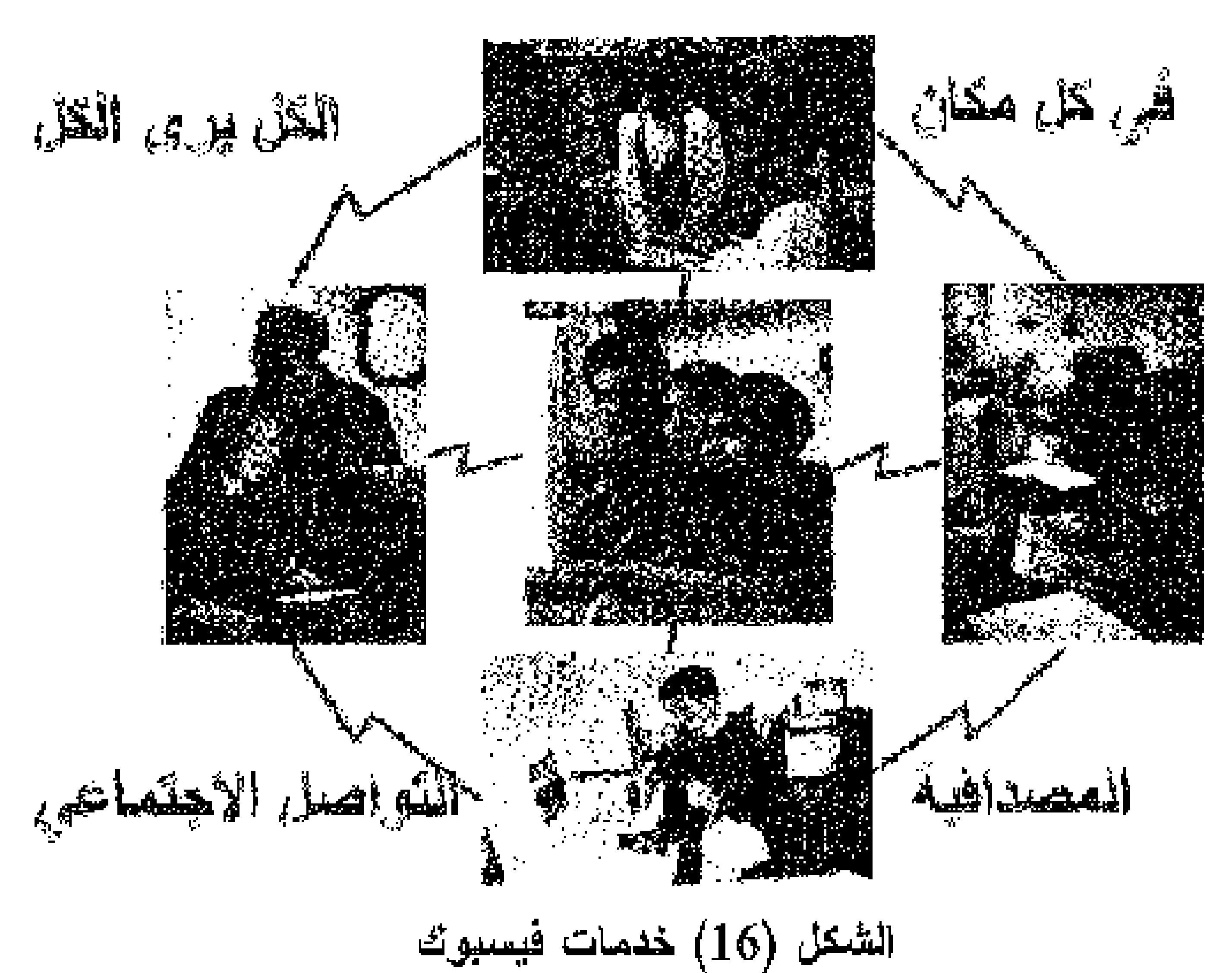
الشكل (15) وسائل التواصل الاجتماعي

http://www.conversationagent.com/2009/05/your-new-media-equity.html

فيسبوك Facebook

يعد موقع فيسبوك **Facebook** أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية على الإنترنت. ويقدم الموقع خدمات تفاعلية لمستخدميه مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الالكتروني، وتبادل الفيديو والصور، ومشاركة الملفات. وهو موقع مفتوح لكل من يرغب بالتسجيل من جميع أنحاء العالم بشكل مجاني. ويبدو أن الموقع بشكله ومضمونه قد أحدث هزة في الكثير من الأوساط خاصة السياسية والاجتماعية والأمنية، بالنظر لكونه واحة لتداول الأخبار والمعلومات والآراء والتنبؤات تشكل خلاصة غنية بالمعلومات عن ما يدور في المجتمعات وفئاتها المختلفة من أحاديث. هذا فضلا عن النشاط الإعلاني الواسع والمتواصل لهذا

الموقع عبر مختلف المواقع الإلكترونية ومحركات البحث، والمستند إلى جهود بحثية علمية لاختيار أكثر الوسائل كفاءة في مخاطبة الجمهور والتأثير في اتجاهاته ورغباته، من قبيل الإعلان، وكذلك الأرباح الهائلة التي تتيح له مثل هذه القدرة.



الشكل (16) خدمات فيسبوك

وبالإمكان سرد بعض الفقرات الأساسية عن نشوء ومراحل تطور موقع فيسبوك على النحو الآتي:

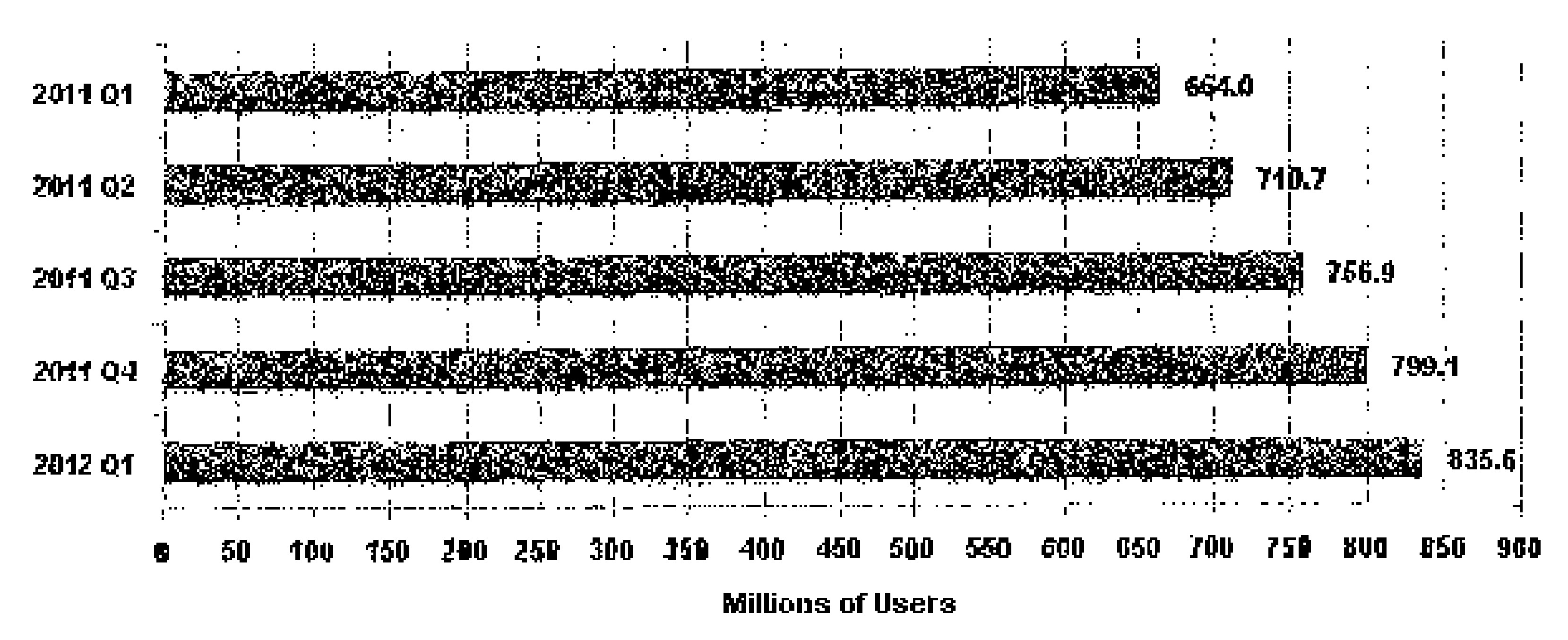
- قام زوكربيرج بتأسيس موقع "فيسبوك" facebook.com في 2004 لغرض تبادل المعلومات مع زملائه في جامعة هارفرد.
- لقي الموقع رواجا بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية واسعة بينهم، مما شجعه على توسيع قاعدته لتشمل جامعات أخرى.
- بعد فترة وجيزة، انضم كل من إدواردو سافرين المدير التنفيذي للشركة وداستين موسكوفيتز مبرمج وأندرو ماكولام رسام جرافيك وكريس هيوز لمساعدته في تطوير الموقع.

- في شهر مارس من عام 2004، فتح موقع فيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل.
- بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة أيفي ليج، وأصبح متاحًا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.
- في سبتمبر من عام 2005 أصدر موقع فيسبوك نسخة خاصة بالمدارس الثانوية.
- في 26 سبتمبر من عام2006 ، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عامًا فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح.
- وفي أكتوبر 2007 اشترت مايكروسوفت حصة في فيسبوك نسبتها 1.6% بقيمة 240 مليون دولار.
- في أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة فيسبوك عن اتخاذ مدينة دبلن عاصمة آيرلندا مقرا دوليا له.
- تقدر قيمة الموقع الآن بنحو 15 مليار دولار.

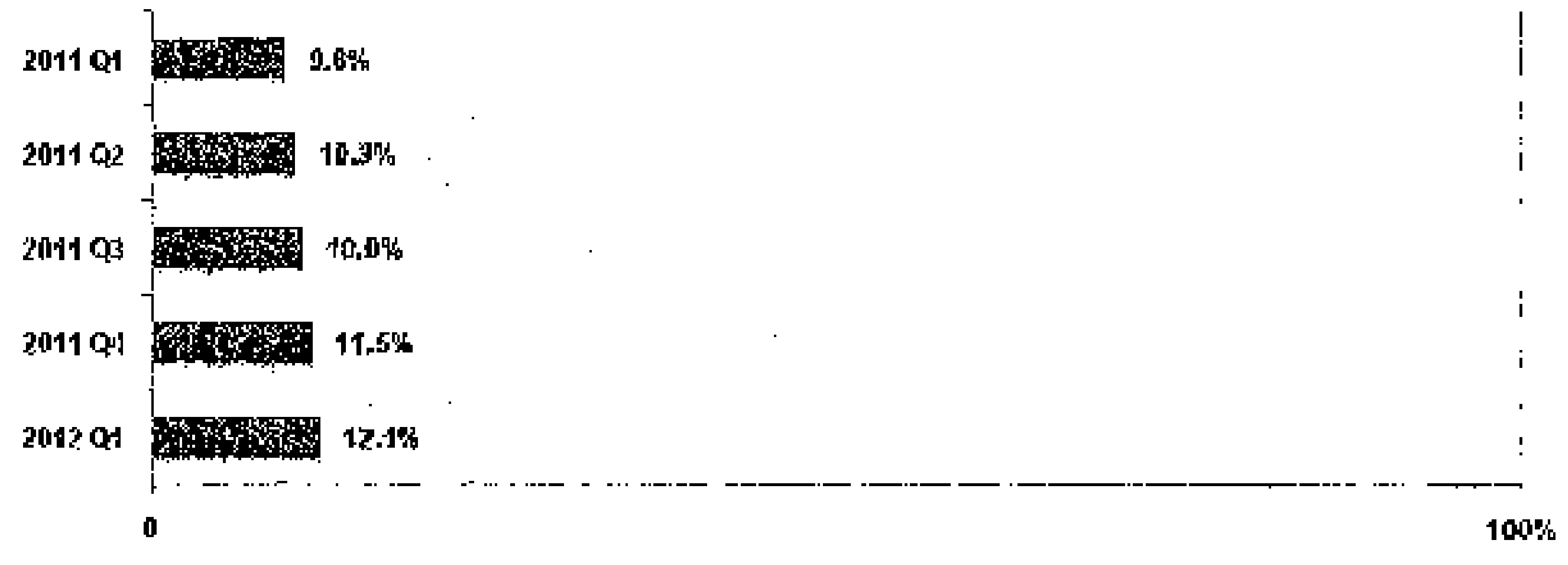
ويعد موقع فيسبوك وسيلة إعلامية واسعة الانتشار وذات تأثير كبير على الأفراد والجماعات لما تمتاز به من سرعة انتشار ومساحة تأثير. وقد ازداد مستخدمو فيسبوك بشكل كبير بعد مضي 8 أعوام فقط على إنشائه، ليبلغ عددهم في بداية 2012 أكثر من 830 مليون مستخدم.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن عدد مستخدمي شبكة الإنترنت بجميع ما تضمه من مواقع يبلغ الآن حوالي 2.5 مليار بعد 42 عاما مرت على إنشاء الإنترنت، وهو ما يعطي صورة واضحة عن سرعة انتشار فيسبوك مقارنة بانتشار الإنترنت، إذا أخذنا بنظر الاعتبار الفترة الزمنية التي استغرقها كل منهما لتحقيق هذا الانتشار. والشكلان (17 و 18) يوضحان النمو الكبير في عدد مستخدمي فيسبوك،

ويوضحان أنه خلال عام واحد ازداد عدد المستخدمين 200 مليون مستخدم، وهو نمو كبيرجدا مقارنة بنمو عدد مستخدمي بقية وسائل الاتصال وتقنياتها.

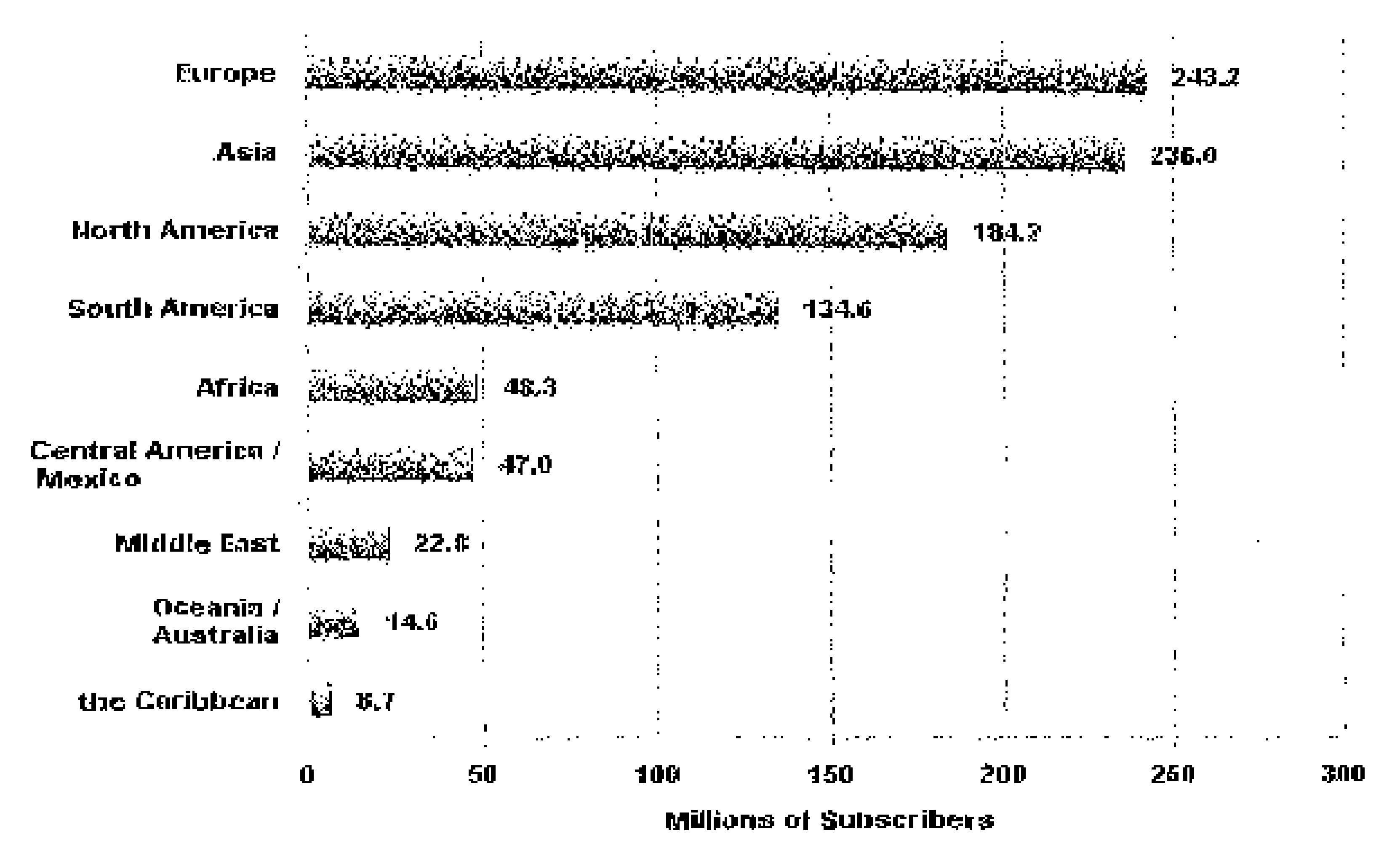


الشكل (17) نمو مستخدمي فيسبوك في العالم



الشكل (18) نمو نسبة انتشار مستخدمي فيسبوك في العالم

أما الشكل (19) فيوضح عدد مستخدمي فيسبوك موزعين علـــى القـــارات، حيث نلاحظ أن قارة أوربا قد حظيت بنصيب الأسد، 243 مليون مستخدم، تليهـــا كل من قارة آسيا وقارة أمريكيا الشمالية وتليها بقية القارات.



الشكل (19) توزيع مستخدمي فيسبوك حول العالم حسب القارات

ويمكننا أن نجمل الميزات التي تفسر الانتشار السريع لعدد مستخدمي موقع فيسبوك بما يأتي:

- سهولة الاستخدام وسهولة التعامل مع الموقع.
- مجانية الاشتراك وإتاحته للجميع بدون تمييز.
- السقف العالي من المصداقية في إتاحة المعلومات.
- إمكانية وضع محددات للمعلومات والمستخدمين.

- سهولة البحث عن الأصدقاء القدماء والأصدقاء الجدد دون كلف.
- سلسلة ترابط المعلومات وإمكانية إرسالها للأصدقاء، وهذا ما يرفع عدد المستخدمين بسرعة كبيرة، في فترة زمنية قليلة تقدر بالثواني.
- تنوع الوسائط التي يعتمدها الموقع مقارنة بالوسائل الأخرى، وبالتالي تنوع الملفات التي يمكن تبادلها بين المشتركين.
- المرونة التي يمنحها الموقع للمشتركين في قبول أو رفض الأصدقاء الذين يرغبون مشاركتهم صفحاتهم، مما يمنح المشاركين شعورا بالاستقلالية والقدرة على تحديد دائرة الأصدقاء على المستويين الفردي والجماعي بدون عناء.
- الاستخدام المتنوع لموقع فيسبوك للأغراض المختلفة، بحيث أصبح وسيلة للترابط وإدامة الصلة بين الأفراد الذين يشكلون مجموعات رسمية أو اجتماعية أو تخصصية، من شأنه أن يلبي الحاجات النفسية والاجتماعية والعملية للمشاركين.

على أن موقع فيسبوك وغيره من المواقع الاجتماعية، ورغم كل المزايا التي يوفرها لتسهيل التواصل الاجتماعي، يخترق، كما يرى البعض، الخصوصيات الاجتماعية، وينقل المعلومات الشخصية التي تتمتع بقدر من الخصوصية إلى طاولة الحوار المشترك على نطاق أوسع مما ينبغي. كما إن تداول المعلومات على هذا النحو، وما يمكن أن يتضمنه حوار الأشخاص والمجموعات من خصوصيات المجتمع ككل، يمكن أن يفتح ثغرة في الأمن الاجتماعي أمام من يسعى لتوظيفها في غير صالح المجتمع.[1]

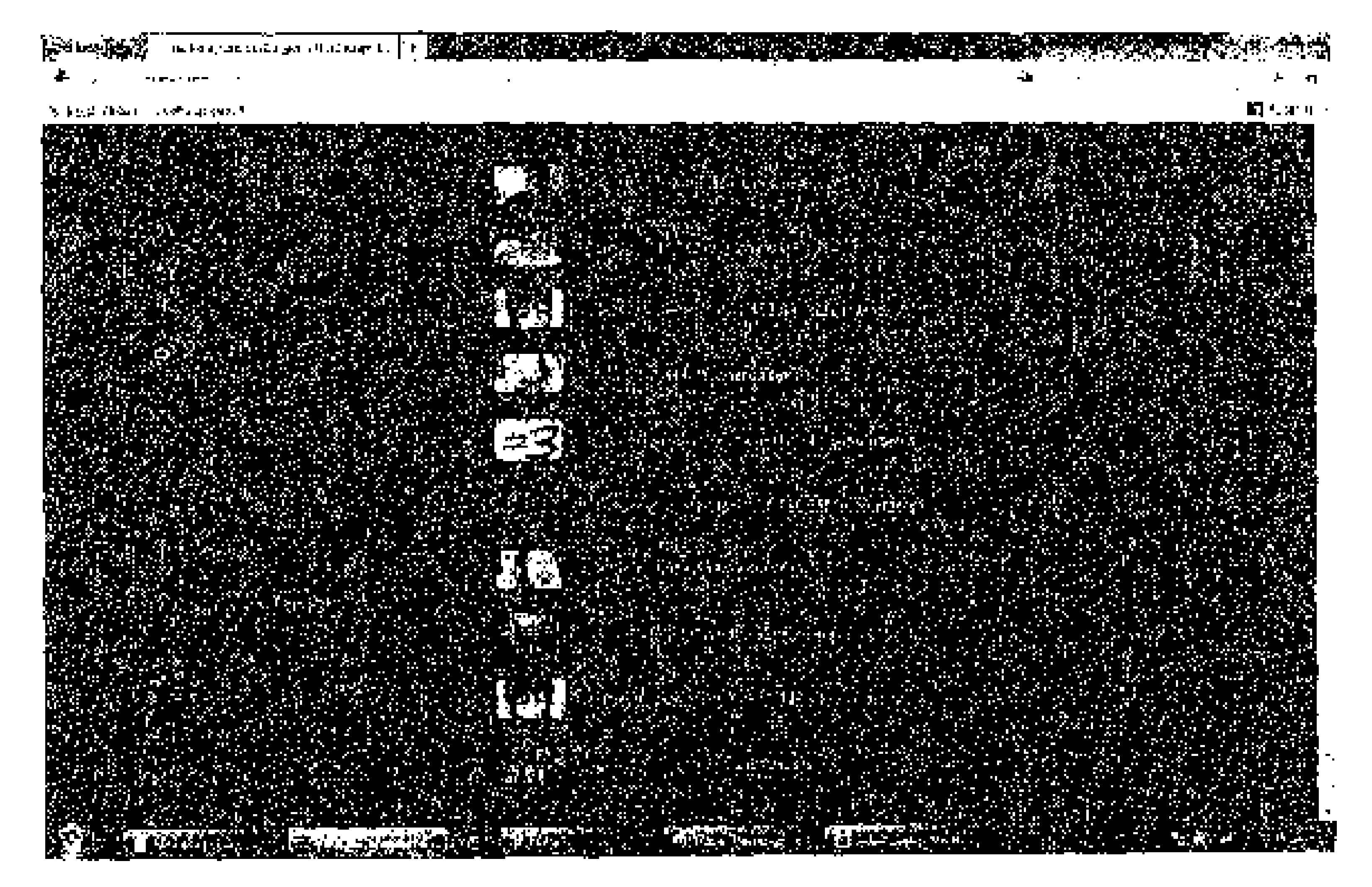
---

[1] لمزيد من التفاصيل، راجع: صباح ياسين (2006). **الإعلام. النسق القيمي وهيمنة القوة**. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

يوتيوب YouTube

تأسس موقع يوتيوب **YouTube** بمشاركة مجموعة من الموظفين في شركة بي بال بالتباحث مع جامعة أيلينوي في أميركا، وأصبح الموقع جاهزا للعمل عام 2005. ثم توسع الموقع وازداد عدد زواره ومستخدميه حتى وصل إلى أكثر من 100 مليون زائر يوميا. أما الآن فقد وصل عدد زوار موقع يوتيوب إلى أكثر من 2 مليار مشاهد يوميا، مما رفع قيمة الموقع بصورة فاقت التوقعات بحيث أن شركة كوكل أعلنت عام 2006 أنها توصلت إلى اتفاقية لشراء موقع يوتيوب مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي.

ويعد موقع يوتيوب من أفضل المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل الفيديو وعرضه ونشره دون قيود رقابية. والشكل (20) يبين أكثر عشر قنوات استخداما في يوتيوب في العالم، وكذلك عدد المستخدمين لكل قناة. ويلاحظ أن موقع يوتيوب يتحول تدريجيا إلى وسيلة تشبه إلى حد كبير التلفزيون الذي يبث برامجه على شبكة الإنترنت. ونود الإشارة هنا إلى أن هذه القنوات ليس بينها أية قناة عربية.

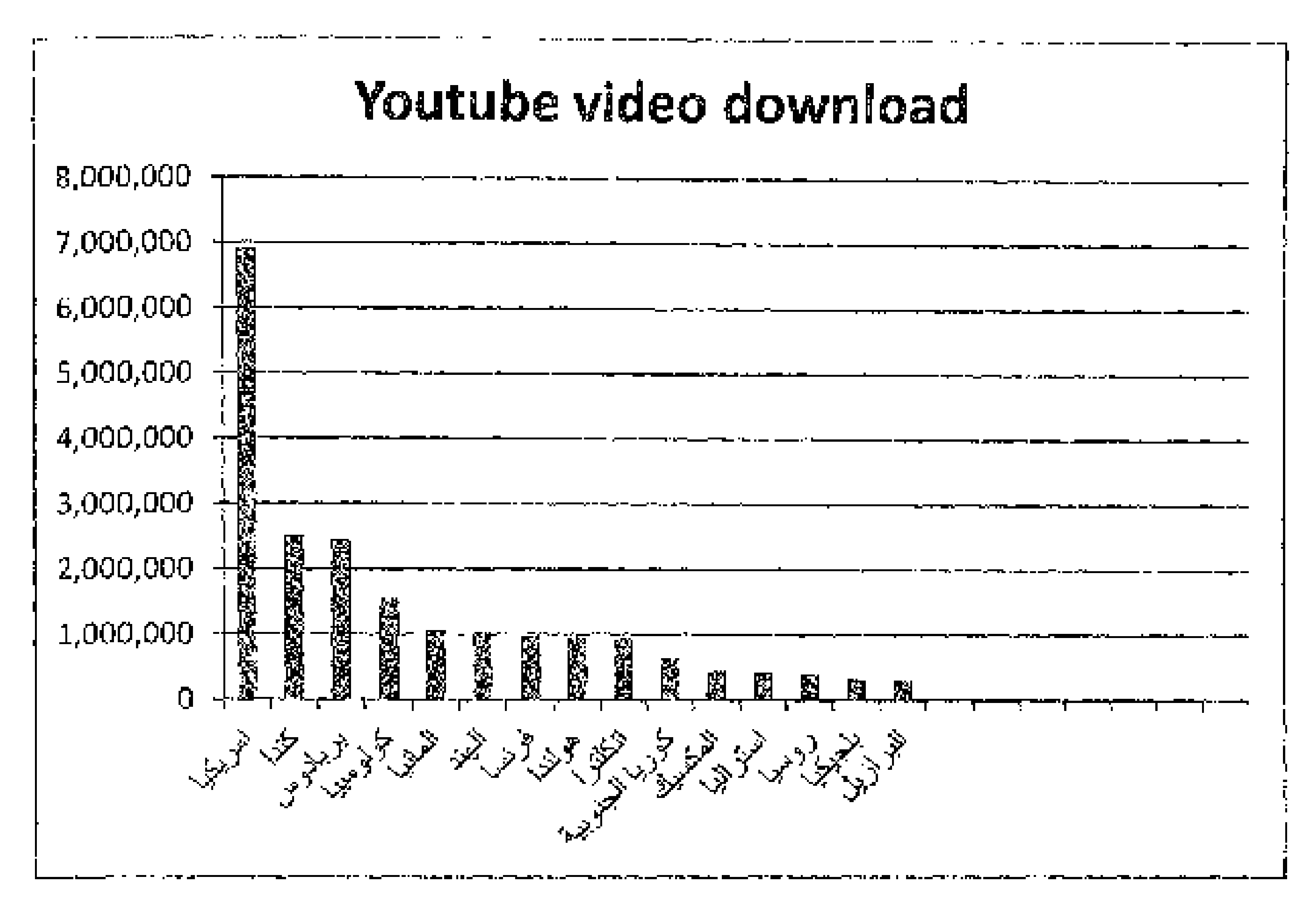


الشكل (20) أكثر عشر قنوات استخداما في اليوتيوب

وفيما يأتي مجموعة من الإحصاءات عن موقع يوتيوب واستخداماته وتطبيقاته:

- عدد المشاهدات يصل إلى أكثرمن ملياري مشاهدة يومياً.
- يعد يوتيوب ثالث موقع عالمياً من حيث الزيارات بحسب الإحصاءات.
- موقع يوتيوب متوفر في 23 بلداً من خلال 24 لغة مختلفة.
- يبلغ متوسط عدد الدقائق التي يقضيها المستخدم في تصفح الموقع ومشاهدته 15 دقيقة.
- يبلغ متوسط عدد ساعات الفيديو التي يتم تحميلها يومياً على الموقع 14 ساعة.
- يصل عدد الزيارات اليومية للموقع إلى حوالي 45 مليون زيارة للصفحة الرئيسة يومياً.
- 70% من حركة الزيارات على الموقع تأتي من خارج الولايات المتحدة الأمريكية.
- المدة المطلوبة لمشاهدة مئات الملايين من مقاطع الفيديو الموجودة حالياً على موقع يوتيوب يصل إلى 1700 سنة.

الشكل (21) يوضح أعلى 15 بلدا لتحميل أفلام الفيديوعلى موقع يوتيوب. وتحتل الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى في هذا الجدول إذ يبلغ عدد ما تم تحميله منها على موقع يوتيوب حوالي سبعة ملايين فديو. ومرة أخرى لا نجد الأقطار العربية بين الدول الخمس عشرة المذكورة، مما يعطي تصورا عن مقدار ضعف مساهمة العرب في هذا المجال:



الشكل (21) أعلى 15 بلدا في تحميل أفلام الفيديو على موقع يوتيوب

تويتر Twitter

انطلق موقع تويتر **Twitter** في مارس 2006 بشكل رسمي. ويقع المبنى الرئيس له في سان فرانسيسكو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية. ويحتل الموقع حالياً المركز التاســع عالمياً من حيث قوته الاقتصادية، إذ تبلغ أرباح الشركة التي تملك الموقع أكثر من 8 بلايين دولار، أما عدد الأعضاء المسجلين في تويتر فقد تجاوز 300 مليون عضو، وعدد الأعضاء الفاعلين منهم 100 مليون عضو. كما يبلغ عدد الزوار شهرياً أكثر من 400 مليون زائر، وأكثر من 200 مليون تغريدة تُكتب يومياً، وقد وصل عدد التغريدات في الثانية الواحدة 8.900 تغريدة.

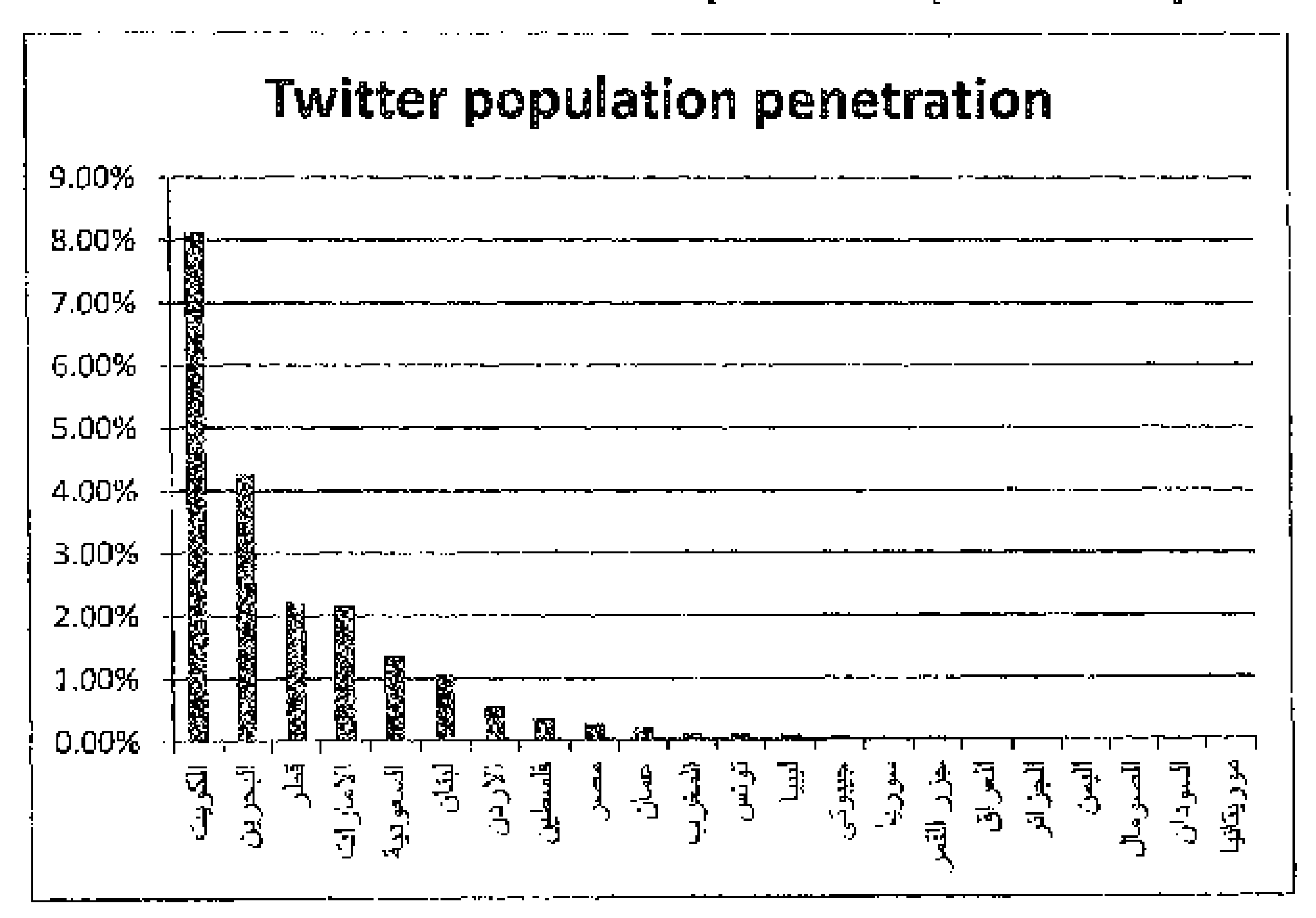
و"التغريدة" هي اللفظة التي تطلق على النص القصير الذي يكتبه المشارك لمعارفه من أعضاء المجموعة على الموقع، وكأنهم عصافير تخبر بعضها عما يمر

بها أو يدور في خلدها في لحظة الكتابة. ومما تجدر الإشارة إليه هنا أن الانتماء إلى الموقع مجاني ولا يتطلب غير موافقة من أحد أعضاء المجموعة التي سينتمي إليها، كما هي الحال مع موقع فيسبوك.

وفي الوطن العربي بلغ عدد مستخدمي تويتر الفاعلين في الشهر الثالث من عام 2012 أكثر من مليون وثلاثمائة مستخدم، موزعين بين الكويت والسعودية ومصر والإمارات والبحرين وقطر ولبنان والأردن والمغرب وسوريا وفلسطين والعراق وتونس وعمان واليمن، وبقية الأقطار بدرجة أقل. ولو رتبنا عدد المستخدمين نسبة إلى عدد سكان كل بلد لكان التوزيع بحسب الشكل (22)، والذي تتصدره الكويت ثم البحرين ثم قطر وبعدها الإمارات ثم السعودية، وتأتي بقية الدول تباعا. ويمكننا مقارنة هذه الإحصاءات مع ما حققه موقع فيسبوك من زيادة غير مسبوقة في عدد المستخدمين، ومن انتشار واسع بين جميع أوساط المجتمع.

وكشف تقرير صادر عن برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية يحمل اسم "تقرير الإعلام الاجتماعي العربي"، أن السعودية تتصدر قائمة المستخدمين النشطين في الوطن العربي على موقع "تويتر" رغم أنها لم تحتل المركز الأول في عدد المسجلين، فقد ارتفعت حصيلة مرتادي "تويتر" من السعودية أكثر 393 ألف مستخدم نشط لهذا العام، إذ كان يبلغ 115 ألف مستخدم نشط لعام 2011. وأشار التقرير إلى وجود أكثر من 1.3 مليون مستخدم نشط على موقع "تويتر" في الوطن العربي، أنتجوا نحو 172 مليون تغريدة مع نهاية آذار من عام 2013. ويكشف أيضاً عن استمرار صدارة دول الخليج من حيث نسبة المستخدمين إلى عدد السكان، إذ تتصدر الكويت مستخدمي "تويتر" تليها البحرين. في حين تحتل قطر والإمارات والسعودية المراتب الأخرى على التوالي. وأوضح التقرير أن عدد مستخدمي موقع فيسبوك في الوطن العربي حتى شهر نيسان (أبريل) 2012 وصل أكثرمن 43 مليون مستخدم، مع نمو واضح في استخدام اللغة العربية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي، مبينا أن الإمارات تستمر في صدارة الدول العربية من حيث

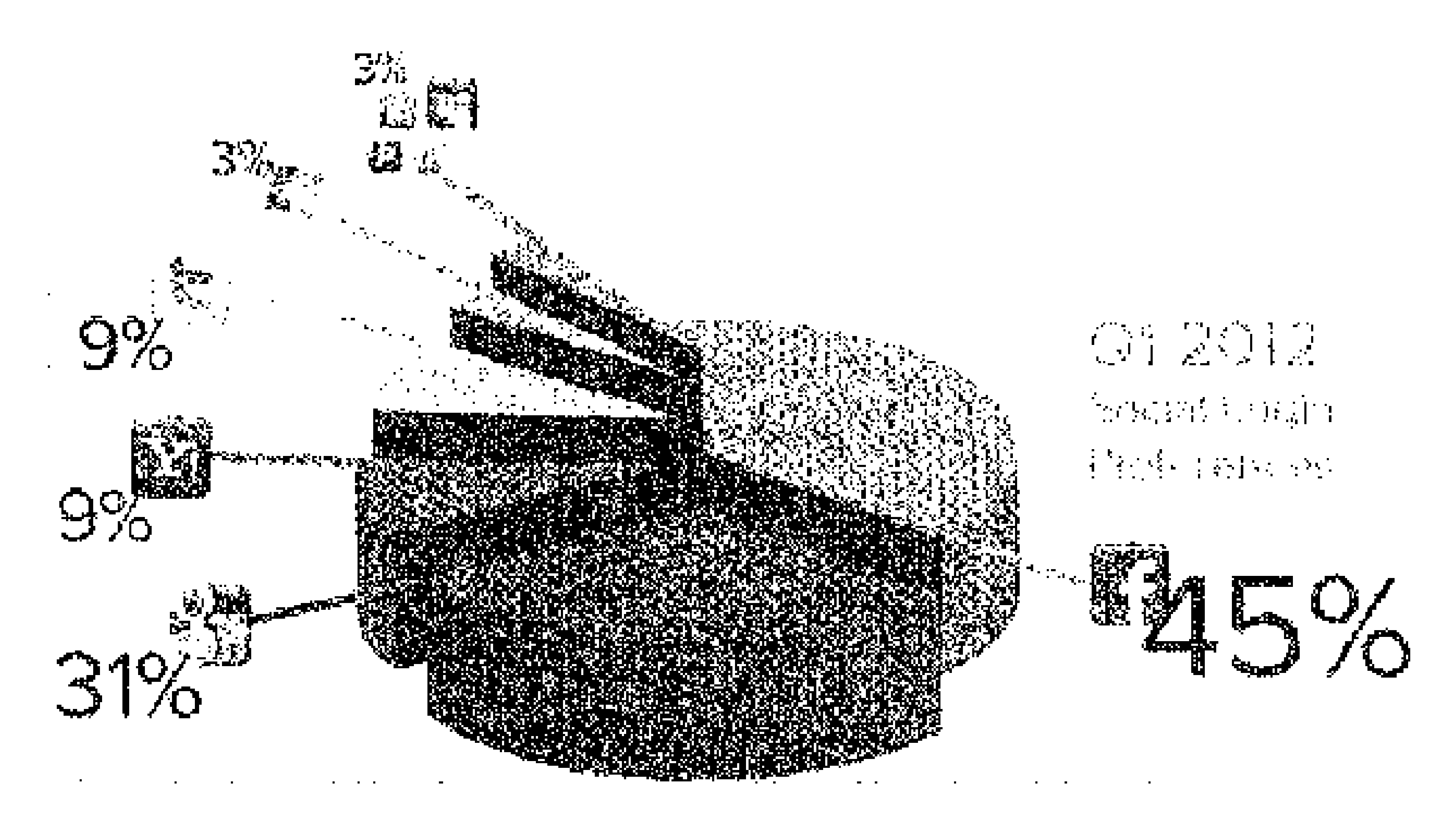
نسبة مستخدمي فيسبوك من عدد السكان، تليها الأردن ولبنان والكويت وتونس. بينما تستمر مصر في الصدارة من حيث عدد مستخدمي فيسبوك بربع العدد الإجمالي للمستخدمين في الوطن العربي.



الشكل (22) نسبة مستخدمي تويتر في الوطن العربي

إن نظرة متفحصة لخصائص كل من المحركات والمواقع التي تناولناها بإيجاز في هذا الفصل، والتي تمثل الأكثر أهمية وانتشارا منها فقط، تعطي تصورا أوضح عما أتاحه دمج تكنولوجيا الاتصالات بتكنولوجيا المعلومات من فضاءات رحبة جدا للتواصل بين الأفراد والجماعات والمجتمعات على امتداد عالم اليوم الذي باتت أبوابه الداخلية مفتوحة على مصاريعها، محطمة حواجز الزمان والمكان، بل ومخترقة خصوصيات الأفراد والمجتمعات ومنظوماتهم القيمية على نحو غير مسبوق، وهو ما سنفرد له حيزا أكثر اتساعا في الفصول اللاحقة.

على أن من المفيد هنا أن نقتبس الشكل (23) الذي يوضح المقارنة بين المحركات والمواقع التي تحدثنا عنها من حيث الاتساع والانتشارعلى مستوى العالم، مشيرين إلى أن هناك العديد من الدراسات الإحصائية التي تناولت مثل هذه المقارنة من زوايا مختلفة، من حيث كونها مصادر للمعلومات أو مواقع للتدريب أو غير ذلك. لكننا اخترنا هذه الدراسة لتعلق موضوعها بهدف هذا الكتاب، إذ إنها تناولت تسلسل تفضيلات مستخدمي الإنترنت لهذه المواقع من حيث استخدامها لأغراض التواصل الاجتماعي الذي يمثل جوهر العملية الاتصالية والإعلامية.



الشكل (23) تسلسل تفضيلات المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي عالميا[1]

ويلاحظ أن هناك تفاوتا نسبيا بين مجموعة الإحصاءات التي ضمها هذا الفصل بخصوص مدى انتشار الفضاءات الرقمية المختلفة. ويعود هذا التفاوت إلى اختلافات بسيطة في مصادر هذه الاحصاءات. لكننا من جهة أخرى علينا أن ندرك أن هناك تداخلات كثيرة بين هذه الإحصاءات عن عدد المستخدمين، والسبب في

---

(1) لمزيد من التفاصيل، أنظر الموقع التالي:

http://www.business2community.com/social-media/social-login-and-social-sharing-trends-across-the-web-0174916

ذلك أن المستخدم الواحد يتنقل بين عدة مواقع ومحركات بحث وأدوات في آن واحد. فبإمكان المستخدم مثلا أن يدخل إلى موقع غوغل، ثم ينتقل من خلاله إلى فيسبوك، وفي الوقت نفسه يستمر في تحميل فلم على يوتيوب... وهكذا.

خصائص الفضاءات الجديدة:

إن استعراض المواقع البارزة في شبكة الإنترنت على النحو الذي اطلع عليه القارئ الكريم في هذا الفصل، والأنماط التي تتشكل بها كما بيناها في الفصل السابق، يضعنا أمام جملة من الاستخلاصات التي نجتهد في صياغتها تمهيدا لما سنتناوله لاحقا بخصوص آثارها على المشهد الاتصالي بصورة عامة، والإعلامي بصورة خاصة. هذه الاستخلاصات تؤكد على أن الفضاءات الإعلامية الجديدة جميعها هي ذات طبيعة مركبة ومعقدة وكثيرة التشعب والاتساع[1]. ويكفي في هذا الإطار أن نؤشر النقاط التالية:

- أن مهامها متعددة: خزن، تنظيم، تداول، تراسل، اتصالات، أخبار، ثقافة، امتاع، تعليم، إعلان، تعارف..... وغيرها.
- أن توجهاتها متنوعة وليست أحادية: الآراء كلها، والتوجهات الفكرية والسياسية، بغض النظر عن الممول أو حارس البوابة.
- أن جمهورها متعدد الشرائح والفئات: الطوائف كلها والأديان والقوميات والأعمار والاتجاهات، بل والمجتمعات كلها.
- أن ساحة انتشارها مفتوحة: في الأوقات كلها، وفي الأماكن كلها على امتداد العالم.

---

[1] أنظر: الجامعة الإسلامية العالمية (2013). توصيات ندوة "الإعلام التربوي..الواقع والمأمول" الأردن: عمان.

- أن أدواتها كثيرة ومتنوعة: الصوت والصورة واللون والحركة والنص..بل حتى الحركة الفعلية (مثال: ما يصاحب بعض ألعاب الأطفال الإلكترونية عندما تهتز أداة اللعب joy stick في يد الطفل الذي يقوم باللعب).
- أن تمويلها كبير ومتعدد المصادر: شركات متداخلة وشركات إعلان، ومصالح اقتصادية عابرة للدول... وغيرها.
- أنها مباشرة وغير مباشرة في الوقت نفسه.
- أنها فردية وجماعية وجماهيرية في وقت واحد.
- أنها متزامنة وغير متزامنة في الوقت نفسه.
- أنها تضم في رحمها وسائل اتصال متعددة وتربط بينها في تفاعلية لم يشهد لها التاريخ مثيلا من قبل.

أسئلة الفصل الرابع

1) عرّف مفهوم شبكات الحاسوب.
2) وضح كيفية نشوء شبكة الإنترنت وتطورها.
3) عدد أهم فوائد استخدام الشبكة.
4) ما أنواع شبكات الحاسوب؟
5) ما الأسباب التي ادت إلى انتشار الإنترنت بشكل كبيروسريع؟
6) وضح بالأرقام واقع انتشار استخدام الشبكة في العالم.
7) إلى أي مدى تنتشر شبكات الحاسوب في الدول الأوروبية، بين ذلك بالتفصيل.
8) عدد واشرح أهم استخدامات متصفح ياهو، ولماذا نسميه "محرك بحث"؟.
9) ما مدى انتشار استخدام متصفح ياهو؟ وما مزاياه.
10) بين مزايا استخدام متصفح كوكل، وما اللغات التي يستخدمها؟
11) قارن مدى انتشار استخدام متصفح كوكل بمتصفح ياهو.
12) كيف يعمل موقع فيسبوك وما مزاياه وما مدى انتشاره.
13) ما فكرة موقع تويتر؟ بينها موضحا مزايا هذا الموقع ومدى انتشار استخدامه عالميا وعربيا.
14) قارن بالأرقام بين مستويات شعبية المواقع الأساسية للانترنت عالميا.
15) قوّم ما لهذه المواقع وما عليها، بوصفها مواقع تواصل اجتماعية.
16) قارن بين مزايا مواقع الإنترنت التي تضمنها الفصل، ووسائل الاتصال التقليدية.
17) قوّم تأثيرات الإنترنت على الواقع الاجتماعي والحياتي في بلدك، مبينا مدى انسجام محتوى الرسائل والمعلومات المتداولة في هذه المواقع مع المنظومة القيمية المحلية في مجتمعك المحلي.

18) ما خصائص الفضاءات الجديدة التي اطلعت عليها في هذا الفصل والتي تراها مؤثرة على المستوى الاجتماعي والإعلامي؟

19) علل الأسباب التي أدت إلى تزايد مستخدمي الإنترنت في الوطن العربي بين عامي 2011 و 2012.

الفصل الخامس

هجرة وسائل الاتصال إلى العصر الرقمي

يتوقع من القارئ الكريم أن يكون قادرا بعد قراءة هذا الفصل على أن:

1) يبين كيفية التنسيق بين المحطات الإذاعية والتلفزيونية في استخدام الأثير على مستوى العالم.
2) يذكر الجهة المركزية المسؤولة عن تنظيم الاتفاقات بين الدول المختلفة في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني.
3) يتتبع مراحل التطور التقني للمحطات الإذاعية.
4) يتتبع مراحل التطور التقني للبث التلفزيوني.
5) يبين علاقة الإذاعة بالانترنت.
6) يشرح علاقة البث التلفزيوني بالانترنت.
7) يقوم أثر التطور التقني للإذاعة في تشكيل البيئة الاتصالية الجديدة.
8) يوضح الآثار المتوقعة لتطور التلفزيون على البيئة الاتصالية الجديدة.
9) يتتبع مراحل تطور الهاتف.
10) يعدد أجيال الهاتف الخلوي.
11) يعدد مواصفات الهواتف الخلوية حسب أجيالها.
12) يحدد التسهيلات والإضافات الجديدة التي قدمها التطور التقني للهواتف.
13) يشخص أثر خصائص الهواتف الذكية في البيئة الاتصالية الجديدة.
14) يقوم ملامح البيئة الاتصالية الجديدة في ظل التطورات التي شهدتها الإذاعة والتلفزيون والهواتف المحمولة.

هجرة وسائل الاتصال إلى العصر الرقمي

الوسائل المهاجرة:

تناولنا في الفصلين السابقين أهم الوسائل والأشكال والصيغ الإعلامية التي هيمنت على البيئة الاتصالية بعد انتشار استخدام شبكة الإنترنت، تمهيدا لرصد معالم التحول الذي شهدته هذه الساحة، والتأثيرات التي بدأنا نلمسها على مجمل القضايا الإعلامية، كحق الاتصال وحرية الرأي والرقابة وتدفق المعلومات، وغيرها من القضايا التي تشكل معايير يتم بموجبها فحص طبيعة الإعلام في كل بلد أو إقليم في عالمنا المعاصر، والتي سنناقشها لاحقا في هذا الكتاب. وقد تناولنا فيما سبق كذلك بعضا من الوسائل التي سبقت الحاسوب والإنترنت، والتي استفادت من التكنولوجيا الجديدة في تطوير عملها وتوسيع دائرة جمهورها كالصحافة الإلكترونية وغيرها.

في هذا الفصل سنركز على أبرز وسائل الاتصال السمعية والمرئية، الإذاعة والتلفزيون والهاتف، التي اعتمدت تكنولوجيا الاتصال المباشر عن بعد، وهيمنت على الساحة الإعلامية بعد قرون من هيمنة الوسائل المطبوعة، واستمرت كذلك منذ مطلع القرن العشرين، ولعقود متتالية. لقد ظهر الحاسوب ثم الإنترنت اختبارا صعبا لجماهيريتها وقدرتها على المحافظة على ما حققته من نجاحات في عقود الهيمنة تلك. بل إن الكثيرين راهنوا على اندثار هذه الوسائل وتلاشي جماهيريتها.

لكن المتتبع لما قدمته التكنولوجيا من حلول لإنقاذ هذه الوسائل مما كان ينتظرها من مصاعب في مواجهة المخترعات الجديدة يدرك أن الإذاعة والتلفزيون والهاتف قد مثلت المقدمات التكنولوجية التي فتحت الطريق أمام ظهور الحاسوب والإنترنت، وأنها استطاعت أن توظف التكنولوجيا الجديدة لصالحها، فانتقلت شيئا

فشيئا إلى العصر الرقمي، مستفيدة من الخصائص الجديدة التي وفرتها الحواسيب والشبكات.

بمعنى آخر، فإن هذه الوسائل يمكن أن نطلق عليها تسمية الوسائل "المهاجرة" إلى العصر الرقمي، مستعيرين هذه التسمية من برنسكي Prensky الذي أطلقها على جمهور هذه الوسائل ممن عاصرها ثم انتقل إلى استخدام التكنولوجيا الرقمية[1]. وسنسعى في هذا الفصل إلى الاقتراب أكثر من كيفية استفادة هذه الوسائل الثلاث من التكنولوجيا الرقمية لإحداث نقلة نوعية متقدمة في أدائها.

وقبل الدخول في تفاصيل هذه "الهجرة، أو كيفية تحول هذه الوسائل نحو عصر الرقمنة والمعلوماتية، لابد من الإشارة إلى أن الفضاء الكوني الواسع الذي تنتقل عبره ملايين الرسائل النصية والصوتية والصورية في كل ثانية على مدار الأيام، كان بحاجة إلى صيغ تنظيمية تنسق استثمار آلاف المحطات الإذاعية والتلفزيونية ومحطات الاتصال الهاتفي للمجال الجوي وعملها فيه بموجب قوانين وبروتوكولات متفق عليها دوليا. كما كان بحاجة إلى مؤسسة مركزية ترعى مثل هذه البروتوكولات وتشرف على مراقبة تطبيقها بما يضمن حقوق الأطراف المختلفة المستفيدة منها. وهكذا تأسس الاتحاد الدولي للاتصالات **International Telecommunications Union (ITU)** كي يكون الجهة المرجعية المسؤولة عن ذلك.

والاتحاد الدولي للاتصالات هو وكالة الأمم المتحدة المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وقد أُنشئ الاتحاد الدولي للاتصالات في 1865 في باريس تحت اسم الاتحاد الدولي للبرق، وعرف بهذا الاسم منذ 1934. في 1947 أصبح وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة. وعلى الرغم من أن الخبرات الأولى لهذه الوكالة تتصل بميدان خدمة البرق، إلا أن أعمال الاتحاد توسعت

---

(1) أنظر: Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, 9(5).

بصورة كبيرة لتغطي في الوقت الحاضر كامل قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بدءاً من الإذاعة الرقمية إلى الإنترنت، ومن التكنولوجيات المتنقلة إلى التلفزيون ثلاثي الأبعاد.

إن مهمة الاتحاد الدولي للاتصالات هي العمل على توزيع الطيف الراديوي والمدارات الساتلية، وعلى تصميم المعايير التقنية التي تضمن التواصل بين الشبكات والتكنولوجيات بصورة سلسة، والسعي إلى تسهيل حصول المجتمعات في شتى أنحاء العالم على تكنولوجيات المعلومات والاتصالات والإفادة من خدماتها المتنوعة. ويقوم الاتحاد الدولي للاتصالات منذ نشأته على الشراكة بين القطاعين العام والخاص، ويبلغ عدد الأعضاء فيه حالياً 193 بلداً، علاوة على أكثر من 700 كيان من كيانات القطاع الخاص والمؤسسات الأكاديمية. ويقع مقر الاتحاد في جنيف، سويسرا، ويضم 12 مكتبا إقليميا، وعددا من المكاتب الفرعية والمحلية التي تنتشر في جميع أنحاء العالم. الشكل (1).



الشكل (1) موقع الاتحاد الدولي للاتصالات

http://www.itu.int/en/pages/default.aspx

الإذاعة:

بعد التجربة الناجحة الأولى للبث الإذاعي على يد العالم الأيطالي ماركوني عام 1901، استمرت الجهود مدة عشرين عاما أخرى لتحسين بث الصوت إلى مسافات أبعد وبنوعية أفضل حتى تم إنشاء أول محطة اذاعية ناجحة بأشراف المهندس الامريكي فراك كونراد عام 1920. وبالمقارنة مع التطورات التقنية الكبيرة التي نشهدها في عالم الاتصالات والمعلومات في العقود الأخيرة، نلمس مدى الفرق في تصاعد وتائر التطور التقني في هذا الميدان، ذلك أننا لم نعد اليوم قادرين على ملاحقة التجديدات التي تطرأ على هذه التقنية، والتنوع والاتساع في طبيعة استخداماتها. بل إننا لا نكاد نسمع بآخر منجزاتها حتى يكون التطور اللاحق لها قد وجد طريقه إلى السوق! إن واقع البيئة الاتصالية الذي صار محكوما بالتكنولوجيا إلى حد بعيد، صار يرسم أمامنا خطوطا بيانية متصاعدة للتطور التقني الخاص بالاتصالات والمعلومات، وبالتالي وسائل الإعلام أيضا، كما يرفع من سقف التوقعات بخصوص ما يمكن أن تكون عليه هذه الوسائل مستقبلا، وما يمكن أن تقدمه للإعلام والإعلاميين من جهة، وللجمهور من جهة أخرى.

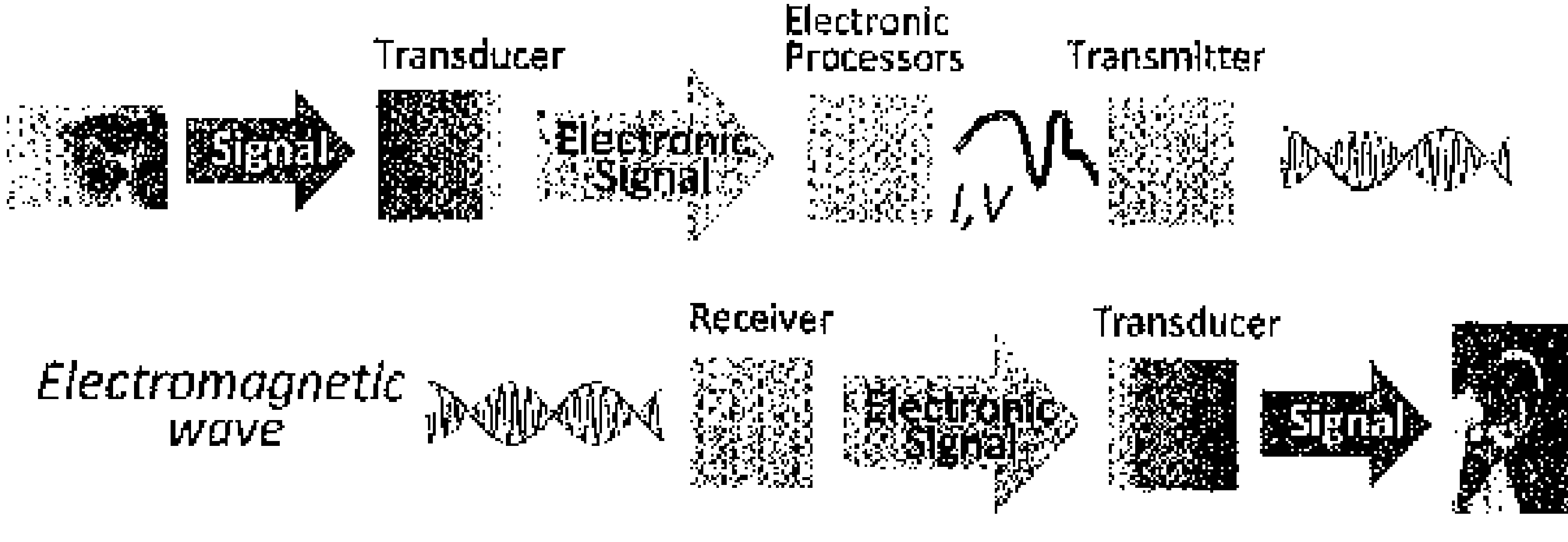
لقد كان من أهم التطورت التي شهدتها تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وأحدثها هو الاستغناء عن الاتصالات السلكية والاعتماد على الاتصالات اللاسلكية بشكل مضطرد، والذي قاد إلى البث الرقمي للصوت والستريو الذي يكون فيه الصوت في غاية الدقة والنقاوة. وإذا كانت الإذاعة قد اعتمدت في بداية ظهورها كوسيلة أساسية لنقل الأخبار، فقد منحها التطور التقني للأقمار الاصطناعية والإنترنت الفرصة لأن تتحول إلى وسيلة إعلامية متعددة الأغراض.

إن التحول الذي شهدته الإذاعة في مهامها وتعدد استخداماتها يعود إلى مجموعة من العوامل يمكن أن يكون في مقدمتها:

- التطورات الكبيرة في تقنيات نقل الصوت واستقباله ونقاوته، فضلا عن القدرة الكبيرة في نقل البث الإذاعي لعدد كبير من القنوات في آن واحد عبر تقنية الألياف الضوئية للأقمار الاصطناعية، والبث عالي النقاوة عبر تقنية الإنترنت.
- إنتاج أجهزة استقبال زهيدة الثمن ومتعددة الأحجام والأشكال والمميزات لتستجيب للاختلافات الفردية في أذواق الجمهور واهتماماتهم.
- تنويع مضامين برامج القنوات تحقيقا للغرض نفسه.
- شيوع ظاهرة التمويل الخاص للإذاعات، عن طريق شركات الإعلان وغيرها، وهو ما جعل من المحطات الإذاعية مشاريع استثمارية متعددة الأغراض، فضلا عن إمكانية استثمارها في غسيل الأموال وفي الترويج للأفكار والمصالح السياسية والاقتصادية.
- تحقيق نجاحات على صعيد وضع قوانين تنظم عملية توزيع الموجات، واستثمار الأثير بصورة منظمة وطبقا لاتفاقيات إقليمية ودولية.

بعض ملامح التقنية الجديدة للإذاعة:

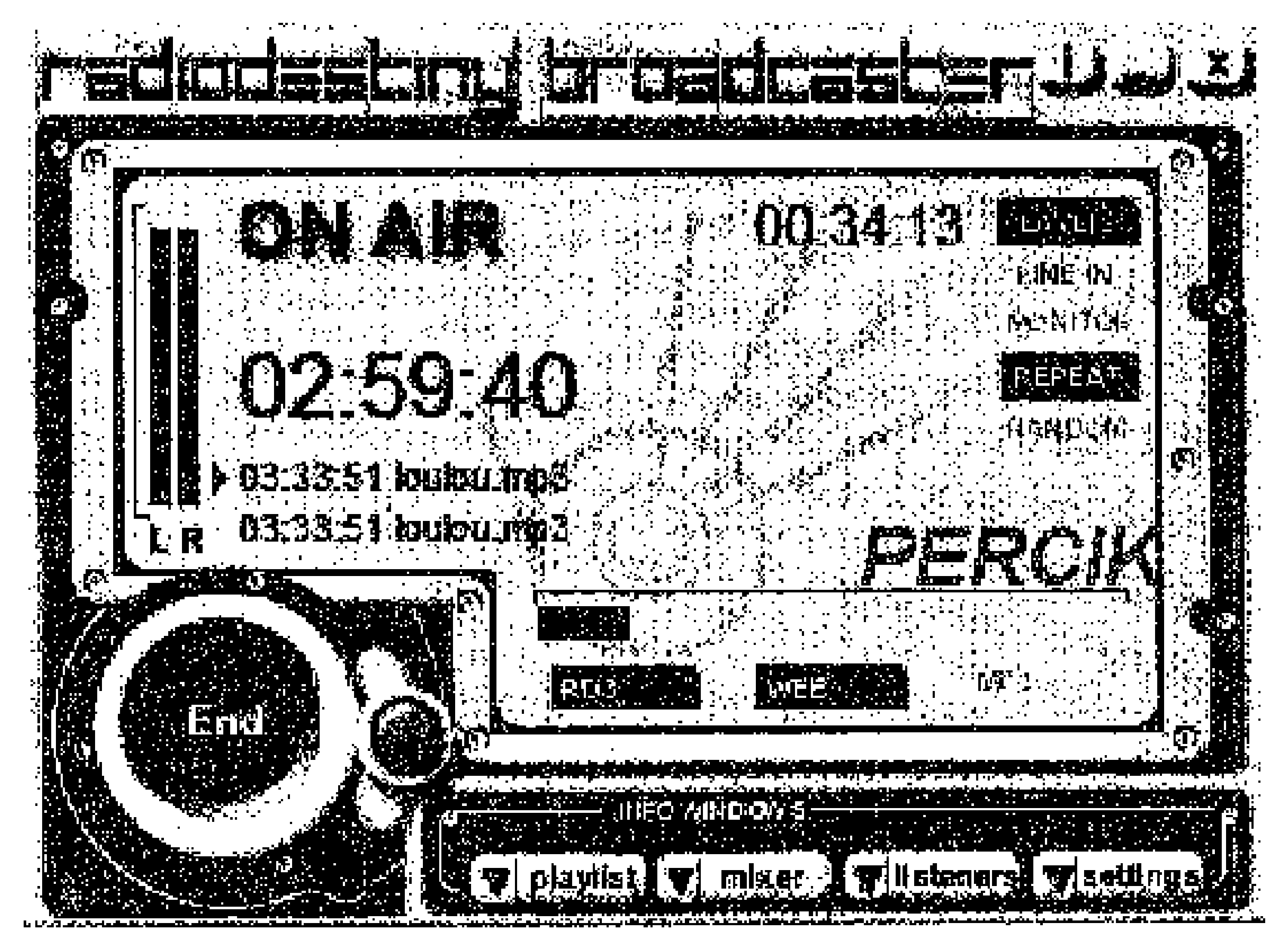
تتشكل تقنية النظام الإذاعي من طرفين، مرسل ومستقبل، بحيث يتم في مرحلة الإرسال تحميل إشارة المعلومات على الإشارة الحاملة وإرسالها إلى الفضاء عن طريق الهوائي. أما المستقبل أو الراديو، فبعد استلام الإشارة المدمجة يتم فصل إشارة المعلومات عن الإشارة الحاملة لكي تنتقل إلى مكبر الصوت، أي أنها تتحول إلى صوت مسموع، كما هو موضح في الشكل (2).



الشكل (2) النظام الإذاعي

http://en.wikipedia.org/wiki/Transmitter

ومن ضمن التطورات المهمة في الاذاعة هو دخول النظم الرقمية في عملها إذ بدأ استخدام البث السمعي الرقمي بصفة تجارية في المملكة المتحدة عام 1998. ويقدم الراديو الرقمي كما هو موضح في الشكل (3) تسهيلات كثيرة في التعامل معه، فما على المستخدم مثلا سوى كتابة تردد الموجة التي يريد استلامها مباشرة وخلال لحظات يتم التعشيق على المحطة المعنية.



الشكل (3) الراديو الرقمي

http://www.tkne.net/vb/t29282.html

وعلى الرغم من أن الإذاعة مرت بأوقات عصيبة، وبخاصة بعد انتشار التلفزيون والتقنيات الإعلامية الأخرى اللاحقة لها، لكنه عاد ليأخذ مكانة متصدرة عند نهاية عقد التسعينات، وذلك بظهور راديو الإنترنت، أو إذاعة الشبكة، أو راديو نت، وهي جميعا تسميات تشير إلى استخدام الإنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية. وقد تزامن ظهور راديو الإنترنت مع تطور تكنولوجيا البث المتتابع والتطورات الأخيرة في معدات الصوت، فقد أصبح بإمكاننا الآن الاستماع إلى الإذاعة عبر جهاز الكمبيوتر، بالطريقة نفسها التي استمع بها الجيل السابق إلى جهاز الراديو. وإذا كنا من المشتركين بشبكة الإنترنت، فبإمكاننا التقاط المحطات الإذاعية من جميع أنحاء العالم.

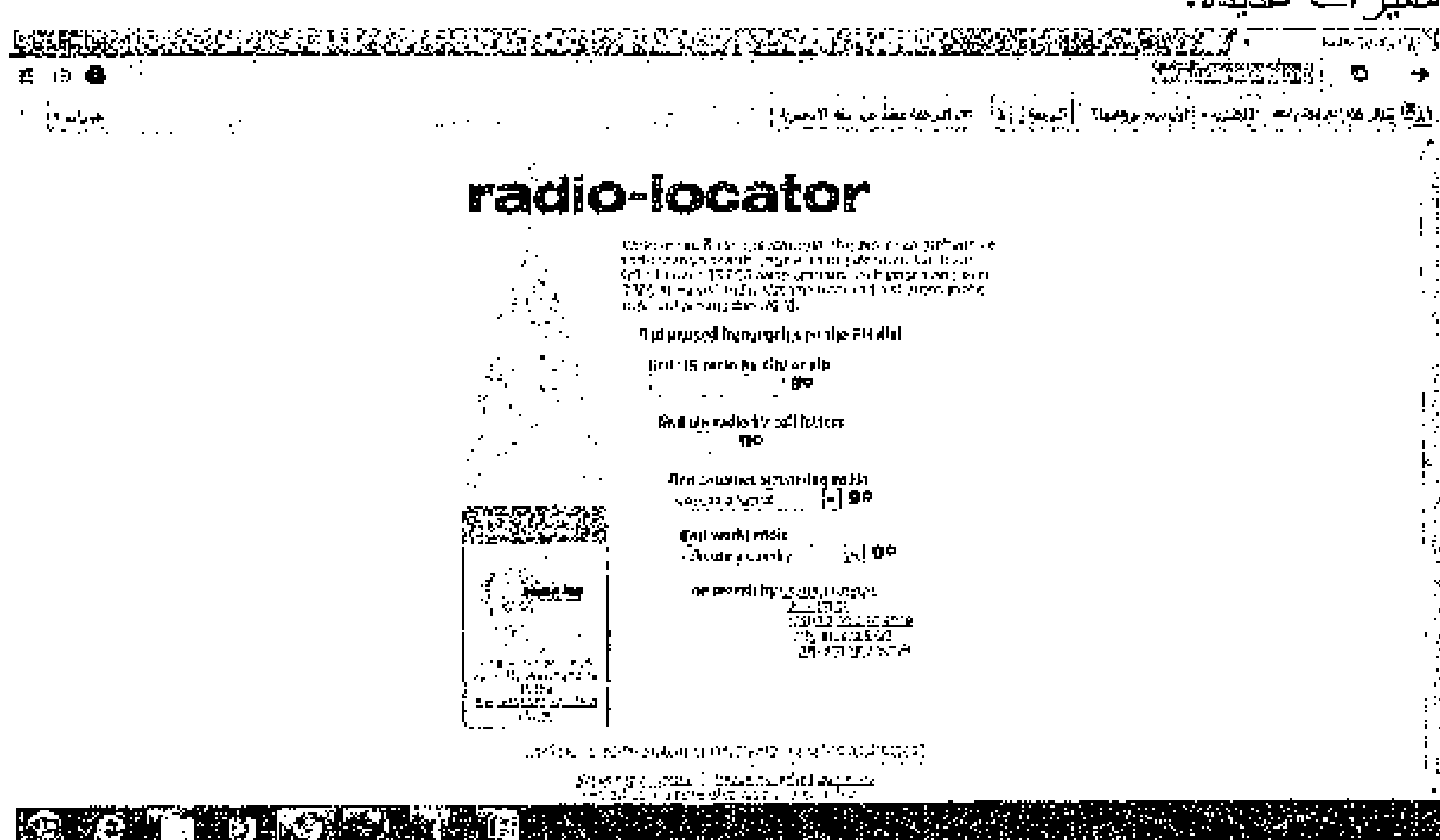
لقد أدت ثورة راديو الإنترنت إلى ظهور جيل جديد من المحطات الإذاعية وجيل جديد من من المستمعين، وأصبحت الإنترنت ميدانا رحبا للأفكار والمعتقدات والآراء والأصوات التي تصلك عبر بث آلاف الإذاعات من جهات العالم الأربع دون انقطاع.

لقد كان راديو الإنترنت موجودا منذ نهاية عقد التسعينات، منذ أن استخدمت محطات الإذاعة التقليدية الإنترنت في بث برامجها وفقراتها بالتزامن مع الوسيط الأصيل للبث الإذاعي، بمعنى أنه يمكنك الاستماع إلى الفقرة أو البرنامج الإذاعي نفسه عبر جهاز الراديو وعبر الإنترنت في الوقت ذاته دون أي تأخير أو إبطاء. ويمر راديو الإنترنت حاليا بثورة ستؤدي إلى توسيع نطاق تغطيته ومداه بحيث يستطيع أي شخص استقبال البث الإذاعي من أي مكان وفي أي وقت. ولم يعد البث الإذاعي عبر الإنترنت يقتصر على المحطات الإذاعية الحكومية أو الكبرى، بل اتسع الأمر حتى أصبح بإمكان أي شخص أو أية شركة إنشاء محطة راديو خاصة بها عبر الإنترنت.

لقد تشعبت اتجاهات الاتصال والخيارات المتاحة أمام المستمع، الذي لم يعد متلقيا سلبيا فقط كما كان في السابق، فمن الممكن اليوم أن يقوم المستمع الذي يستمع لإعلان عن جهاز حاسوب أن يطلب شراء هذا الحاسوب من خلال رابط على موقع هذه المحطة، وبذلك تصبح العلاقة بين المعلنين والمستهلكين أكثر تفاعلية وحميمية في محطات راديو الإنترنت. وفي ذلك أيضا ما يوسع من إمكانات

هذه الوسيلة بطرق عدة، فمن خلال راديو الإنترنت يمكننا إجراء التدريب أو التعليم، أو توجيه وقيادة فرق عمل متعددة في مشروع متعدد المواقع، وتقديم روابط للمستندات وخيارات الدفع والسداد للأطراف المشاركة، كما يمكن التفاعل مع المتدرب أو المعلم لأغراض تداول المعلومات والتحاور بصددها من موقع محطة راديو الإنترنت، كما هو موضح في الشكل (4).

أما المواد والبرامج الإذاعية كالأخبار، وبرامج التسلية، والموسيقى، والدراما، والرياضة، والحوارات السياسية والعلمية وغيرها فقد وسعت القاعدة الجماهيرية للمحطات الإذاعية من خلال استقطابها لفئات المجتمع المختلفة، وهو ما حفز شركات الإعلان لاستثمار هذه الفرص للنفوذ إلى فئات المجتمع المختلفة، متجاوزة في ذلك إمكانات الصحافة في هذا المجال بسبب ما تتمتع به الإذاعة من مميزات عديدة.



الشكل (4) التقاط موقع راديو الإنترنت

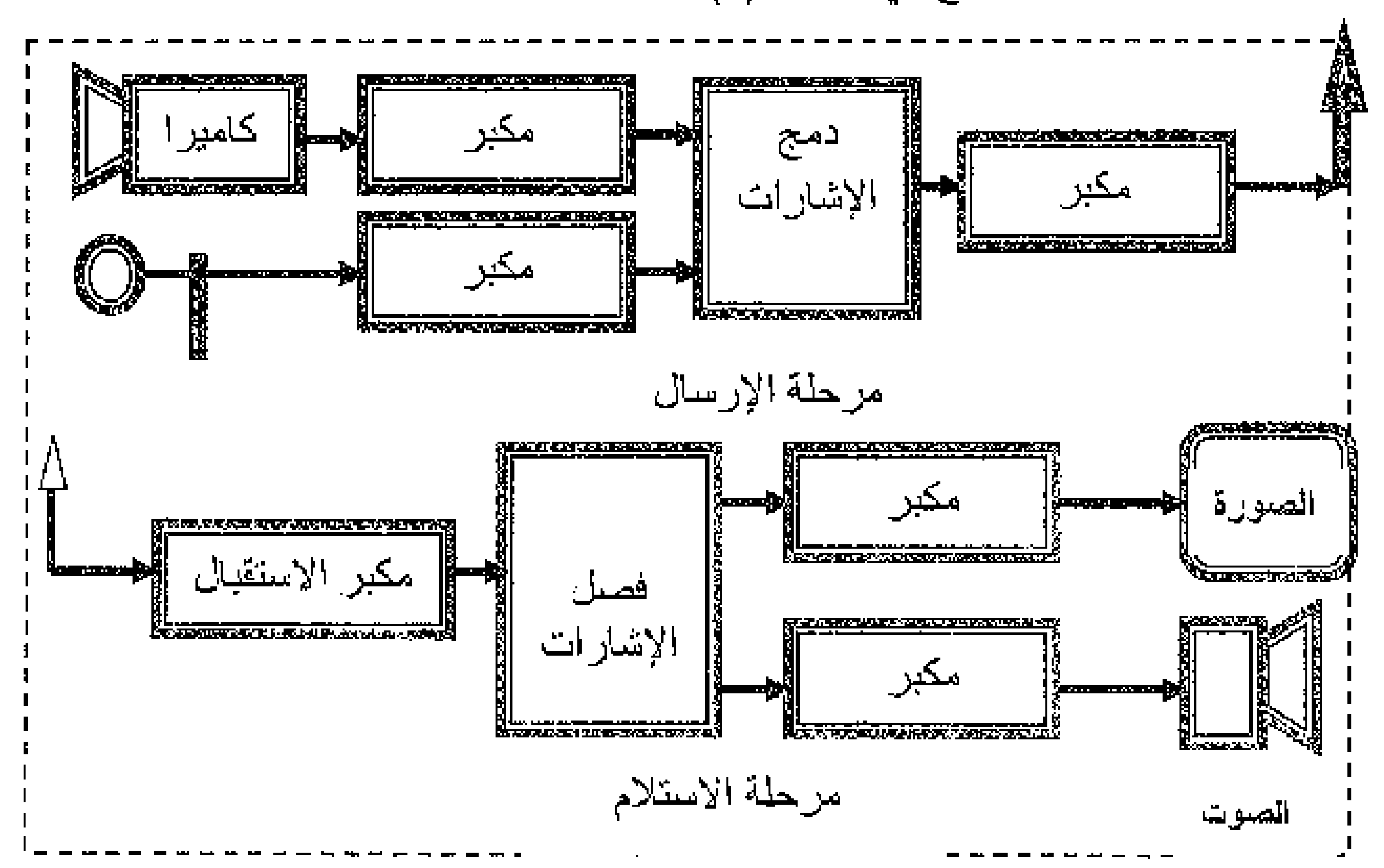
http://www.radio-locator.com/

التلفزيون:

يرجع الفضل في ظهور التلفزيون إلى جهود مجموعة من العلماء الذين استفادوا من بعض الاكتشافات الحيوية التي ظهرت أواخر القرن التاسع عشر

وبداية القرن العشرين وأدت دورا كبيرا في معرفة كيفية نقل الصورة. فبعد سنوات من التجارب استطاع الفرنسيان رجنو وفورنير أن ينقلا صورة سلكية متحركة. وفي 7 أبريل من عام 1927 تم نقل أول صورة يصاحبها الصوت بين مدينتي واشنطن ونيويورك، وكانت هذه أول صورة تليفزيونية حية تنتقل عبر المسافة بين مدينتين. وفي سبتمبر عام 1928 كانت محطة التلفزيون التجريبية التي تملكها شركة جنرال إلكتريك باسم (Wgv) قد بدأت تذيع برامج تجريبية.

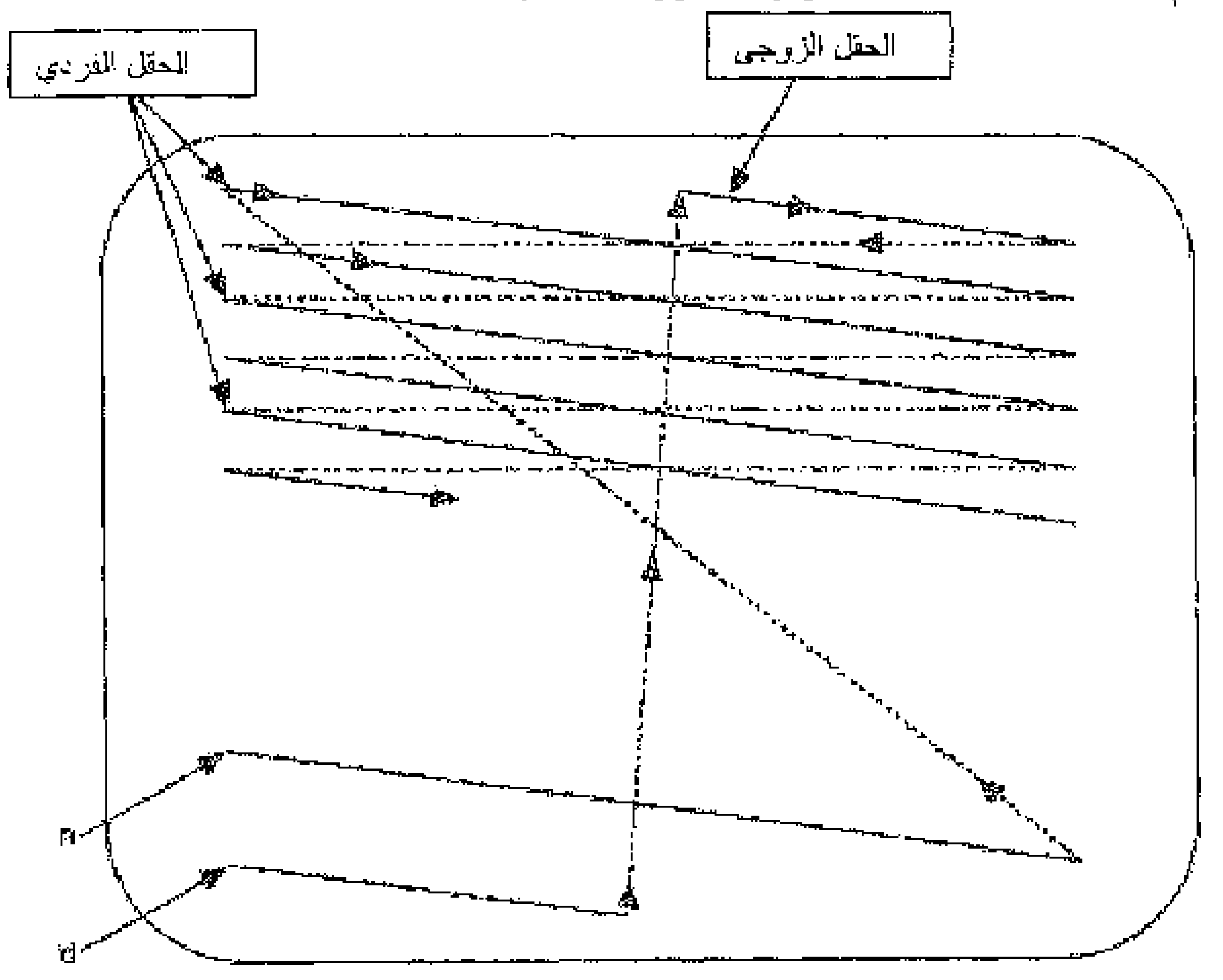
ويتكون نظام التلفزيون من وحدتين أساسيتين هما وحدة الإرسال ووحدة الاستقبال. أما وحدة الإرسال فتعتمد على تحويل التغيرات فى شدة إضاءة الصورة إلى موجات كهرومغناطيسية يمكننا إرسالها عبر الفضاء. وتعتمد وحدة الاستقبال أو جهاز التلفزيون على استلام الموجات المرسلة وتحويلها إلى موجات كهرومغناطيسية، ومن ثم تحويلها إلى صورة متحركة يمكن متابعتها عبر جهاز التلفزيون، كما هو موضح في الشكل (5).



الشكل (5) مراحل نظام التلفزيون

http://forum.stop55.com/408652.html

وتتكون الصورة التلفزيونية في النظام التماثلي من حقلين: الأول يحتوي على الخطوط الفردية، والآخر يحتوي على الخطوط الزوجية، كما في الشكل (6)، ومن ثم يتم التداخل بين الحقلين لتكوين الصورة التلفزيونية.



الشكل (6) الخطوط الفردية والخطوط الزوجية في الصورة

http://www.ni.com/white-paper/4750/en

بعض خصائص التقنية التلفزيونية الجديدة:

إن أساس تقنية التلفزيون هو تحويل الصور أو المشاهد الثابتة إلى متحركة، ثم تحويلها وما يرافقها من أصوات، إلى إشارات كهربائية، ثم نقل هذه الإشارات وإعادة تحويلها عن طريق جهاز الاستقبال إلى صورة مرئية مسموعة.

ومن المعروف أن التقنية التلفزيونية لم تكن في البداية قادرة على نقل الصورة بالألوان، إنما اقتصرت على اللونين الأبيض والأسود حتى بداية عقد

الستينات بعد محاولات وتجارب عديدة، وانتشر البث بالألوان بصورة أكبر في مطلع السبعينات.

وتوالت التحسينات بعد ذلك على تقنيات البث التلفزيوني، فبعد أن اعتمدت أجهزة التلفزيون على شاشات الكاثود التي استمرت أكثر من 70 عاماً، تحولت التقنية إلى اعتماد البث الضوئي، ثم بدأت الشركات منذ ثمانينات القرن العشرين في إنتاج أجهزة تلفزيون بتقنية (LCD) ، ثم تطورت أكثر في التسعينات لتعتمد تقنية تستند إلى مبدأ الإظهار وفق السطور، كما تحتوي على قدرة إظهار مقدارها 1125 سطراً بمعدل يفوق الإشارة العادية خمس مرات. ثم تلا ذلك في عملية التطور تقنية البلازما التي تمنح الصور دقة عالية في العرض. بعد ذلك ظهرت تقنية (LED) مطلع الألفية الثالثة.

إن التحسينات التي طرأت على تقنية البث الصوتي والصوري عبر التلفزيون تجعل المتابع في حالة توقع دائم لتحسينات جديدة ومتتالية في هذه التقنية، لكن آخر ما اطلعنا عليه في هذا السياق التقني المتصاعد قبل أن نكمل إعداد هذا الكتاب هو بدء الشركات الكورية في معرض "أيفا 2012" الذي أقيم بألمانيا بتقديم شاشات تلفزيونية تعمل بصمامات ثنائية عضوية "OLED" تجعل الصورة أكثر دقة، والألوان أكثر وضوحًا كما هو موضح في الشكل (7). وليس هناك من شك في أن تحسينات أخرى لاحقة ستكون قيد التجريب أو التطبيق عندما ستكون طبعة هذا الكتاب قد وصلت إلى يدي القارئ الكريم.



الشكل (7) تلفزيون الصمامات الثنائية العضوية ذو الدقة العالية

http://www.hardwarezone.com.sg/tech-news-4k-lcd-tvs-likely-hit-mass-market-oled-tvs

التلفزيون التفاعلي:

أما التلفزيون التفاعلي الذي يوضحه الشكل (8)، والذي يعد حقا ثورة جديدة في التقنية التلفزيونية، فهو جهاز يعطي المشاهد فرصة للاختيار مما يعرض، وحرية في المشاركة المباشرة في بعض البرامج، مع إمكانية طلب معلومات أو حتى تحديد أسلوب الرؤية أثناء المشاهدة؛ كما يمنح المشاهد القدرة على متابعة البث الحي وأيقافه مؤقتا.

ويمكن أن نحدد أهم خصائص التلفزيون التفاعلي على النحو الآتي:

- التنوع الكبير في القنوات التلفزيونية وإمكانية التنقل بينها
- وجود قوائم تفصيلية بالبرامج ونوعياتها ومواعيدها
- إمكانية التسجيل المباشر لمادة معينة وعرض أخرى
- إمكانية التسجيل الأتوماتيكي لمادة معينة

- القدرة على التحكم بتوقيت عرض برامج معينة
- إمكانية التقاط بث قنوات / برامج معينة في أوقات محددة
- القدرة على العرض الجزئي لمادة ما (صورة مصغرة) أثناء عرض مادة أخرى
- تقديم خدمات معلوماتية متنوعة كالطقس والسياحة والأخبار والرياضة والشخصيات والأحداث المهمة والألعاب التفاعلية
- امكانية تسديد أجور البث للأفلام حسب الطلب
- إمكانية التسوق عبر التلفزيون
- إمكانية تسلم البريد الكتروني
- القدرة على تصفح المشاهد للإنترنت
- مشاهدة إعلانات تفاعلية حسب طبيعة المشاهد وميوله
- إمكانية إعادة عرض المواد التي بثت على الهواء مباشرة



الشكل (8) التلفزيون التفاعلي

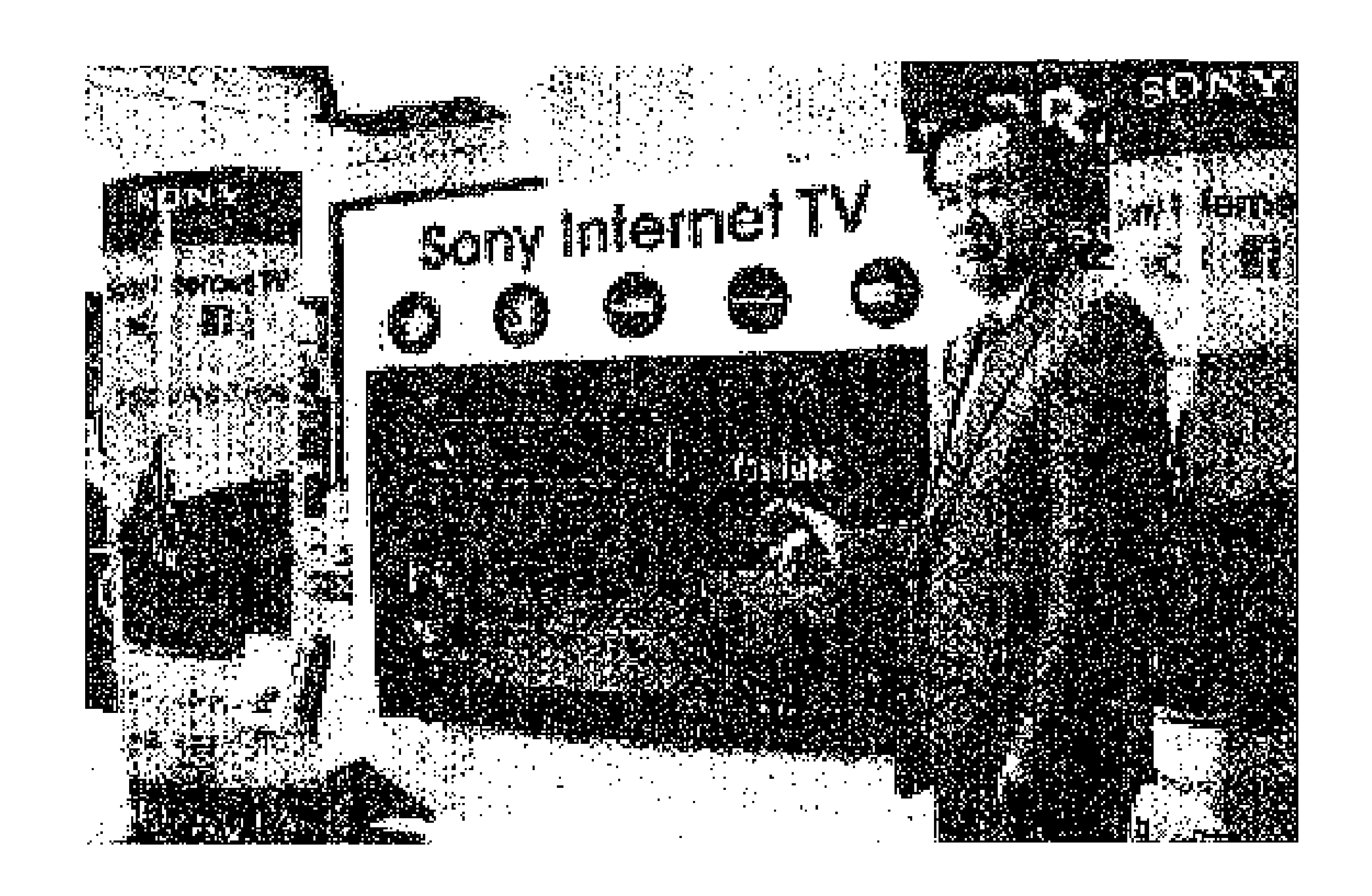
http://www.naltqi.com/index/news-action-show-id-9391.htm

تلفزيون الإنترنت:

يعتمد تلفزيون الإنترنت على بيئة الإنترنت في بث برامجه عبر العالم. وبإمكان المشاهد اختيار القناة التي يرغب في مشاهدتها من على جهاز حاسوبه في أي مكان وفي أي زمـان بمجرد أن يكـون لديه اتصال بالإنترنت كما يوضح الشكل (9). ومع التوسع في مجال الاعلام المرئي وانتقاله إلى نسخة اكثر عصرية وتفاعلية، صار مفهوم تلفزيون الانترنت مثيرا للبس بالنسبة للكثيرين، غير أن المعنى الأساس له هو امكانية بث ومشاهدة المواد التلفزيونية عبر الإنترنت، سواء أكانت هذه المواد مسجلة أم مباشرة.

ولكي يكون هذا المفهوم واضحا بصورة أفضل، لابد من معرفة آلية البث التي تعرف باسم البث التلفزيوني عبر الإنترنت، وتتم باستخدام بروتوكول الإنترنت (IP)عبر شبكات الكمبيوتر ودون الحاجة إلى الاستعانة بالاقمار الاصطناعية. إن الفرق الجوهري بين نظام IPTV ونظم التلفزيون التقليدية هو استخدام شبكات الكمبيوتر بدل طرق البث التقليدية لأيصال المادة المرئية للمشاهد.

ويتيح البث التلفزيوني عبر الإنترنت مزايا عديدة منها الخدمات التفاعلية المجانية، التي تشمل الحصول على جدول البث ومواعيد البرامج، فضلا عن خدمة التذكير والتسجيل، مع اتاحة إمكانية المشاهدة حسب الطلب. وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا البث يتيح نقل وقائع الأحداث والفعاليات مباشرة عبر الإنترنت.



الشكل (9) تلفزيون الإنترنت

http://www.qudsmedia.com/?p=13667

أنواع المشاهدة التلفزيونية عبر الانترنت:

ربما يكون من المفيد هنا أن نميز بين ثلاثة أنواع من المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت تبعا لطبيعة المادة المعدة وطريقة استقبالها وبثها على النحو الآتي:

- **المشاهدة المباشرة:** وتمثل المشاهدة عبر الإنترنت بأبسط صورها، فعبر تطبيقات إلكترونية أو مواقع متخصصة توفر هذه الخدمة، يمكن للمشاهدين متابعة البث المباشر للفعاليات المنقولة من مواقعها مباشرة عبر القنوات التلفزيونية. كما إن العديد من القنوات الفضائية اتجهت مؤخرا لبث برامجها عبر مواقعها الإلكترونية ، وغالبا ما تكون هذه الخدمة متاحة مجانا في المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية، ويمكن مشاهدتها عبر الكمبيوتر

مباشرة. ولعل من ابرز القنوات العربية التي أتاحت هذه الخدمة هي قناة BBC العربية[1].

- **المشاهدة المسجلة:** هي مشاهدة البرامج التلفزيونية بعد موعد بثها الأساس، أي أنها تكون مسجلة وغير مباشرة، وذلك عبر مواقع إلكترونية متخصصة بتوفيرهذه المواد لفترات طويلة أو قصيرة تصل إلى سبعة أيام (بما يشبه المكتبة أو الأرشيف)، كما إن العديد من القنوات الفضائية تعمد إلى تخصيص أقسام عبر مواقعها الإلكترونية لتوفير هذه المواد، بهدف التفاعل مع المشاهدين ولحفظ حقوق النشر. ولعل من أشهر المواقع التي تقدم هذه الخدمة موقع مؤسسة دبي للإعلام[2].
- **المشاهدة حسب الطلب:** وهي إحدى الخدمات التفاعلية التي يتيحها نظام البث التلفزيوني عبر الإنترنت التي تقدم في الغالب مقابل رسوم مالية، إذ تتيح للمستخدمين شراء البرامج التلفزيونية، أو المباريات الحصرية التي تبث عبر القنوات المشفرة وتعرف بـ Pay Per View أو شراء أفلام سينمائية لمشاهدتها في المنزل. وبعد شراء البرنامج يتم تشغيله على التلفاز مباشرة، أو توثيقه في المسجل الرقمي المستأجر من مزود الخدمة، أو تحميله على الكمبيوتر للمشاهدة في وقت لاحق. ولعل من أشهر المواقع العالمية التي تقدم هذه الخدمة هو موقع شبكة فليكس[3].

الهاتف المحمول:

تعد تسمية الهاتف المحمول التي شاعت بين الناس تسمية غير دقيقة للهاتف الخلوي، ذلك أن هذا النوع من الهواتف الحديثة يعتمد على النظام الخلوي في نقل وتراسل البيانات. وقد ظهرت الحاجة إليه لتأمين الاتصال الصوتي بين شخصين

---

[1] يمكن الاطلاع على موقع القناة على الرابط التالي: www.bbcarabic.com

[2] يمكن الاطلاع على هذا الموقع على الرابط التالي: www.dubaimedia.ae

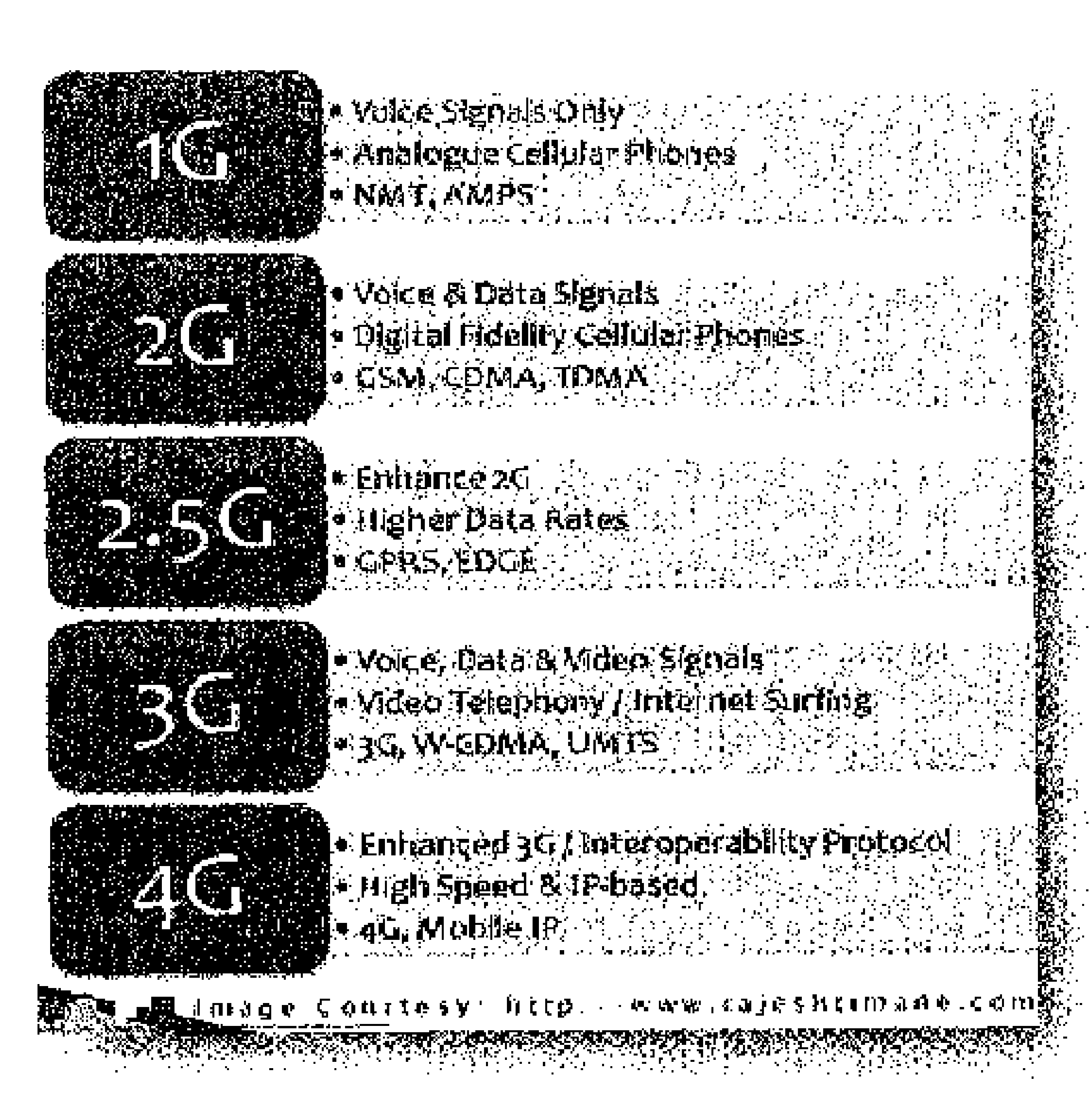
[3] أنظر الموقع على الرابط التالي: www.netflix.com

من أي مكان وفي أي زمان. وقد طرح النموذج الأول لهذا النوع من الهواتف على شكل هاتف محمول أو نقال بداية السبعينيات في شركة موتوريلا للاتصالات في ولاية شيكاغو الأمريكية. وفي حينها لم يكن الهاتف المحمول جهازا ذا تأثير كبير في الحياة اليومية. ويعود ذلك إلى أسباب عديدة تتلخص في الكلفة العالية لاستخدامه، وكذلك الكلفة العالية لإنشاء البنية التحتية اللازمة لشبكات الهاتف المحمول، فضلا عن قلة الوعي وقلة الخبرة باستخدامه، وتطبيقاته المحدودة في تلك الفترة.

ولابد هنا من الإشارة إلى أن هناك أربعة أجيال من الهواتف الخلوية أو المحمولة كما هو موضح في الشكل (10). وهي:

- **الجيل الأول:** وهو الجيل الذي بدأ في بداية عقد السبعينات والذي يتميز بأنه يعتمد على النظام التماثلي في العمل ويقدم خدمة الاتصال الصوتي فقط، علما بأن سرعة نقل المعلومات في هذا الجيل قليلة نسبيا.
- **الجيل الثاني:** وهو الجيل الذي يعتمد على النظام الرقمي في العمل، وقد أضاف خدمات أخرى إلى الخدمات التقليدية، مثل نقل البيانات والرسائل النصية وغيرها. وشهدت نهاية هذا الجيل تحسن العمل به كثيرا فقد بلغت سرعة نقل البيانات إلى 2 ميكابت في الثانية.
- **الجيل الثالث:** بدأ هذا الجيل في العام 2000، ويمتاز بالسرعة العالية لنقل البيانات والتي تصل إلى 10 ميكابت، وهو ما اكسبه القدرة على إدخال خدمات متميزة كاستخدام الوسائط المتعددة، واستخدام برتوكول الإنترنت، أي إن بامكانك الدخول إلى الإنترنت بمجرد أن تحصل على تغطية للهاتف.
- **الجيل الرابع:** وتدخل بضمنه الهواتف الذكية، وهي التقنية التي سهلت أمورا كثيرة في العمل والتطبيقات. ومع ظهور هذا الجيل

من الهواتف الخلوية المحمولة أصبح الهاتف شديد الشبه بجهاز الحاسوب المتنقل، الذي يحمل كل ما يقدمه الحاسوب من إمكانات. ومن هذه الإمكانات تلك السرعة العالية في نقل البيانات وتبادلها، والتي تصل إلى 200 ميكابايت في الثانية، وهو ما ساعد في إضافة خدمات كثيرة كالبلوتوث (Bluetooth)، والواي فاي (wi-fi) الذي حقق إمكانية الاتصال مع المرسلات المحلية ذات البث المحدود المدى.



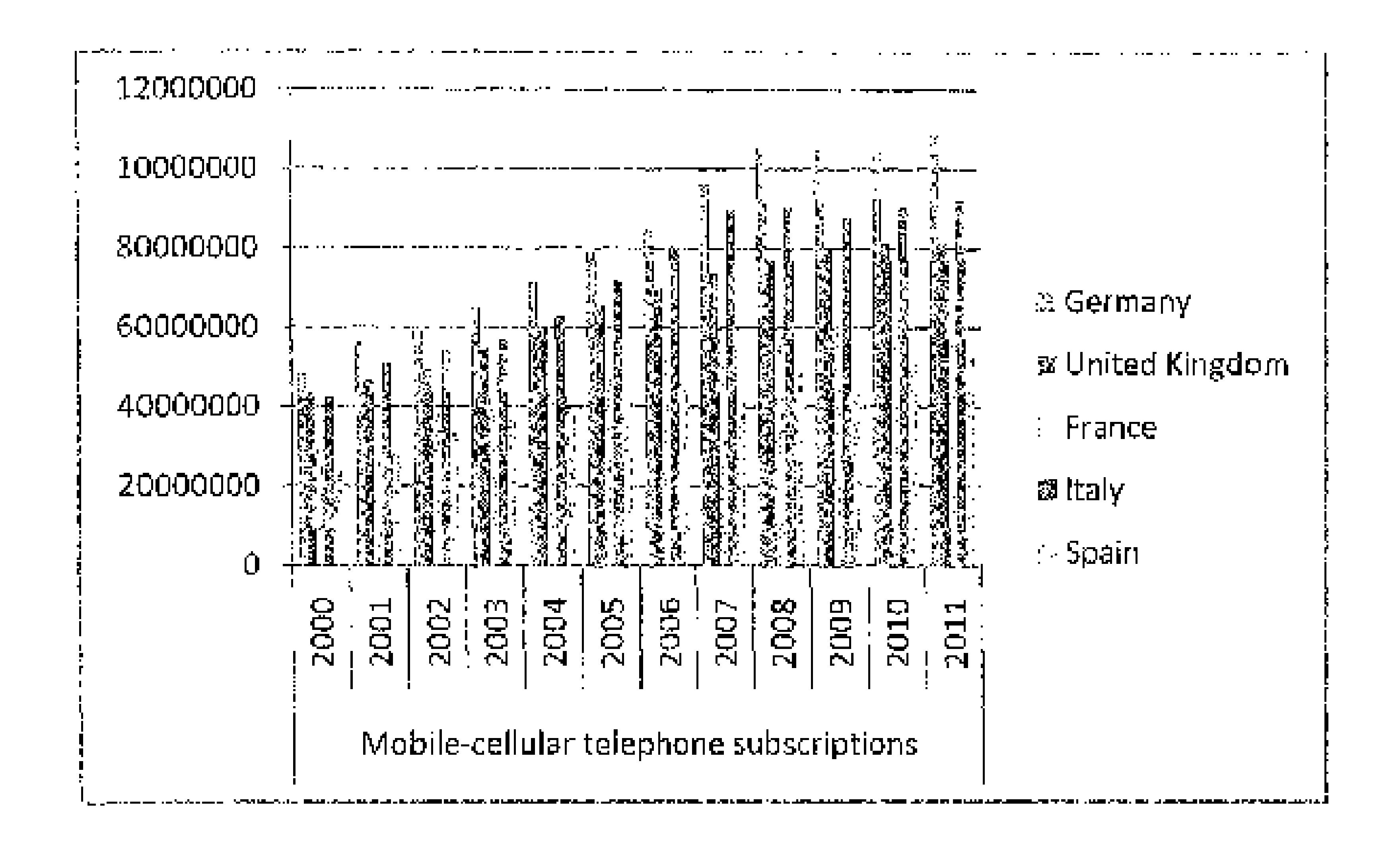
الشكل (10) أجيال الهواتف المحمولة

http://www.rajeshtimane.com/256/academics/next-generation-mobile-networks.html

انتشار الهاتف المحمول Mobile Phone Penetration

لم يكن الهاتف المحمول عند ظهوره جهازا عاديا، بل شكل قفزة كبيرة في عالم الاتصالات، تصاعدت تأثيراتها وحققت سعة انتشارا غير مسبوق في سرعته وتنوع الفئات التي اقتنته واستخدمته، وتنوع الأغراض التي استخدم فيها هذا النوع من الهواتف، حتى أصبح العمود الفقري للاتصالات، واستقطب استثمارات هائلة، وتطورت تقنيته بشكل كبير باتجاه إدخال خدمات كثيرة في العمل. بل إن الهاتف المحمول بتعاقب أجياله، وما حققه من تقدم تقني سريع تفوق على الإنترنت من حيث أعداد المستخدمين، هذا فضلا عما تستطيع الأجيال الحديثة عمله لتقديم خدمات للمستخدم تفوق ما تستطيع شبكة الإنترنت تقديمه لمستخدميها، ومن ضمن ذلك الخدمات الإعلامية التي دفعت بالمستخدمين إلى موقع اصدارة في قيادة الفعالية الإعلامية كما نرى لاحقا.

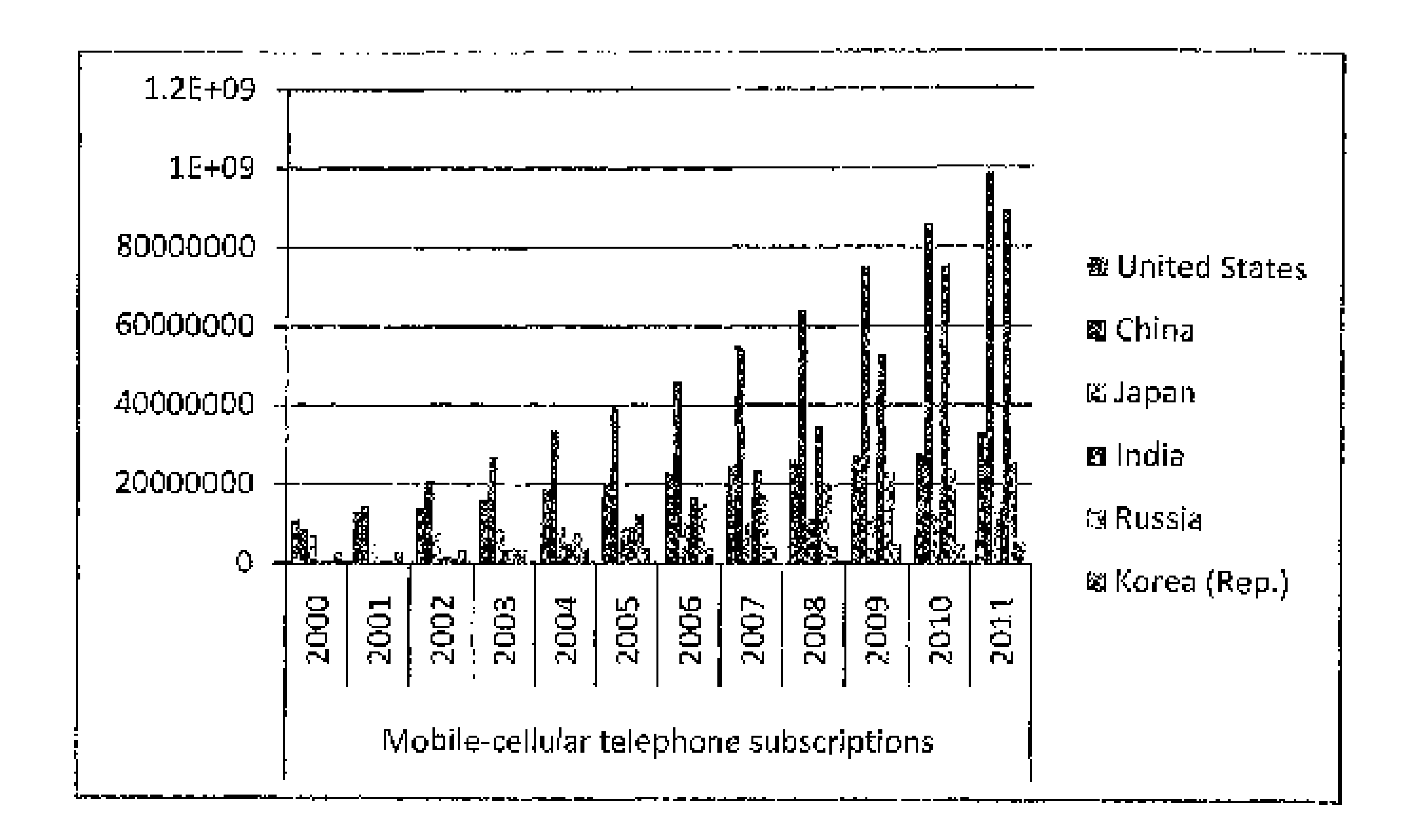
وبلغة الأرقام، يظهر لنا الشكل (11) عدد مستخدمي الهاتف المحمسول في عدد من الدول الأوربية. ويظهر من الجدول أن ألمانيا تتصدر هذه الدول حيث يصل عدد مستخدمي الهاتف المحمول فيها إلى 110 مليون مستخدم في عام 2011، ثم تأتي بعدها إيطاليا بعدد 86 مليون مستخدم، وتأتي بعدها بقية الدول التي شملتها الاحصائية التي يشير إليها الجدول.



الشكل (11) عدد مستخدمي الهاتف المحمول في عدد من الدول الأوربية

http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats/a#subscribers

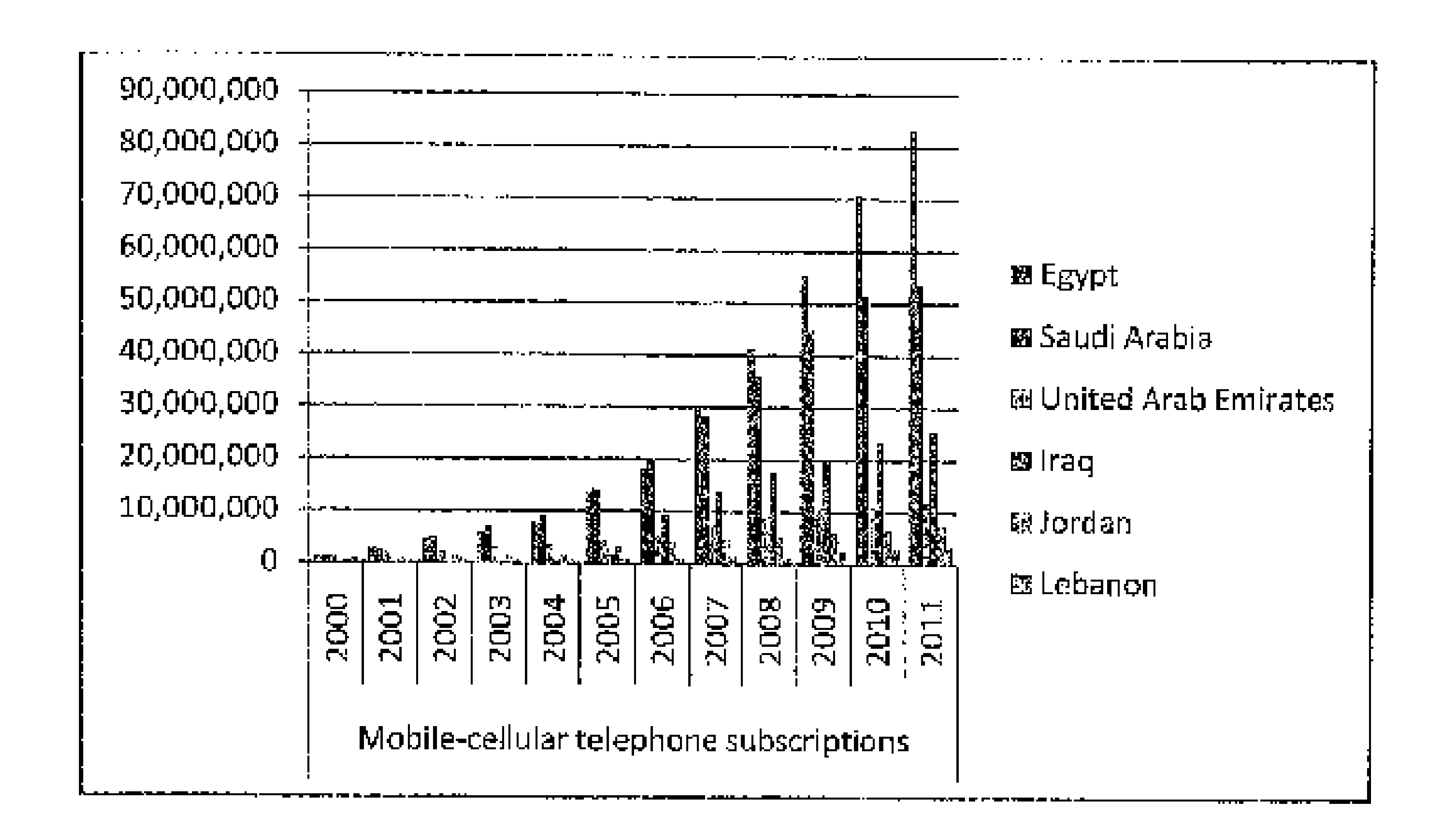
أما الشكل (12) فيمثل عدد مستخدمي الهاتف المحمول في عدد من الدول الأخرى في العالم، وتتصدر الصين والهند هذه الدول حيث يصل عدد المستخدمين إلى 986 و 894 مليون مستخدم على التوالي في عام 2011، ثم تأتي بعدهما بقية الدول. ومن الواضح أن عدد المستخدمين الكبير في هاتين الدولتين يرجع إلى أسباب عديدة لا شك أن في مقدمتها ضخامة عدد السكان الكبير في كل من الدولتين.



الشكل (12) عدد مستخدمي الهاتف المحمول في عدد من دول العالم

http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats/a//subscribers

ويشير الشكل (13) إلى عدد مستخدمي الهاتف المحمول في عدد من الأقطار العربية تتصدرها مصر والسعودية الدول حيث وصل عدد المستخدمين في هاتين الدولتين إلى 83 و 53 مليون مستخدم على التوالي في عام 2011، ثم تأتي بعدهما بقية الأقطار العربية. وقد يكون كبر عدد المستخدمين الكبير في هاتين الدولتين عائدا إلى عداد السكان الكبير في كل من الدولتين.



الشكل (13) عدد مستخدمي الهاتف المحمول في عدد من الدول العربية

http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats/a#subscribers

إن واقع استخدام الهاتف المحمول يشير إلى أن هناك عوامل ساعدت على سعة انتشاره وارتفاع عدد مستخدميه غير ما سبقت لنا الإشارة إليه. ويقف في مقدمة هذه العوامل حقيقة أن العديد من الأفراد يستخدمون أكثر من خط في شبكات الاتصالات الهاتفية الجوالة المختلفة، وهو ما يرفع العدد الفعلي للمستخدمين بشكل كبير. من جانب آخر فإن الكثيرين يملكون أكثر من هاتف محمول. ولهذا السبب فإن عدد مستخدمي الهواتف المحمولة في العالم قد يتفوق على عدد سكان العالم في زمن قياسي قد لا يكون بعيدا من الآن. وفي ذلك يتوقع التقرير الصادر عن البنك الدولي أن عدد المشتركين في خدمة الاتصالات الهاتفية الجوالة في العالم سيصل إلى 9 مليارات مشترك في 2015، بينما سيكون عدد سكان العالم الفعلي 7.5 مليار شخص فقط[1]!

---

[1] أنظر تفاصيل التقرير على الرابط التالي: http://tech.masrawy.com

مواصفات الهاتف المحمول Mobile Phone Specifications:

مع تطور أجهزة الهاتف أصبحت الهواتف الخلوية المحمولة أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي، فقد أصبحت تستخدم لأغراض التصوير، والتراسل، والتوثيق، والتصفح على شبكة الإنترنت بحثا عن المعلومات، وأداة للتسوق، وحجز التذاكر، ونقل الأخبار، والتعلم عن بعد، ووسيلة للاستمتاع بالألعاب الإلكترونية التي يجدها المستخدم على هاتفه، والتنقل بين المحطات الإذاعية والتلفزيونية، تماما كما تفعل أجهزة الكومبيوتر، ولكن بمرونة أكبر وتسهيلات أكثر تنوعا واستجابة للحاجات الفردية للمستخدمين.

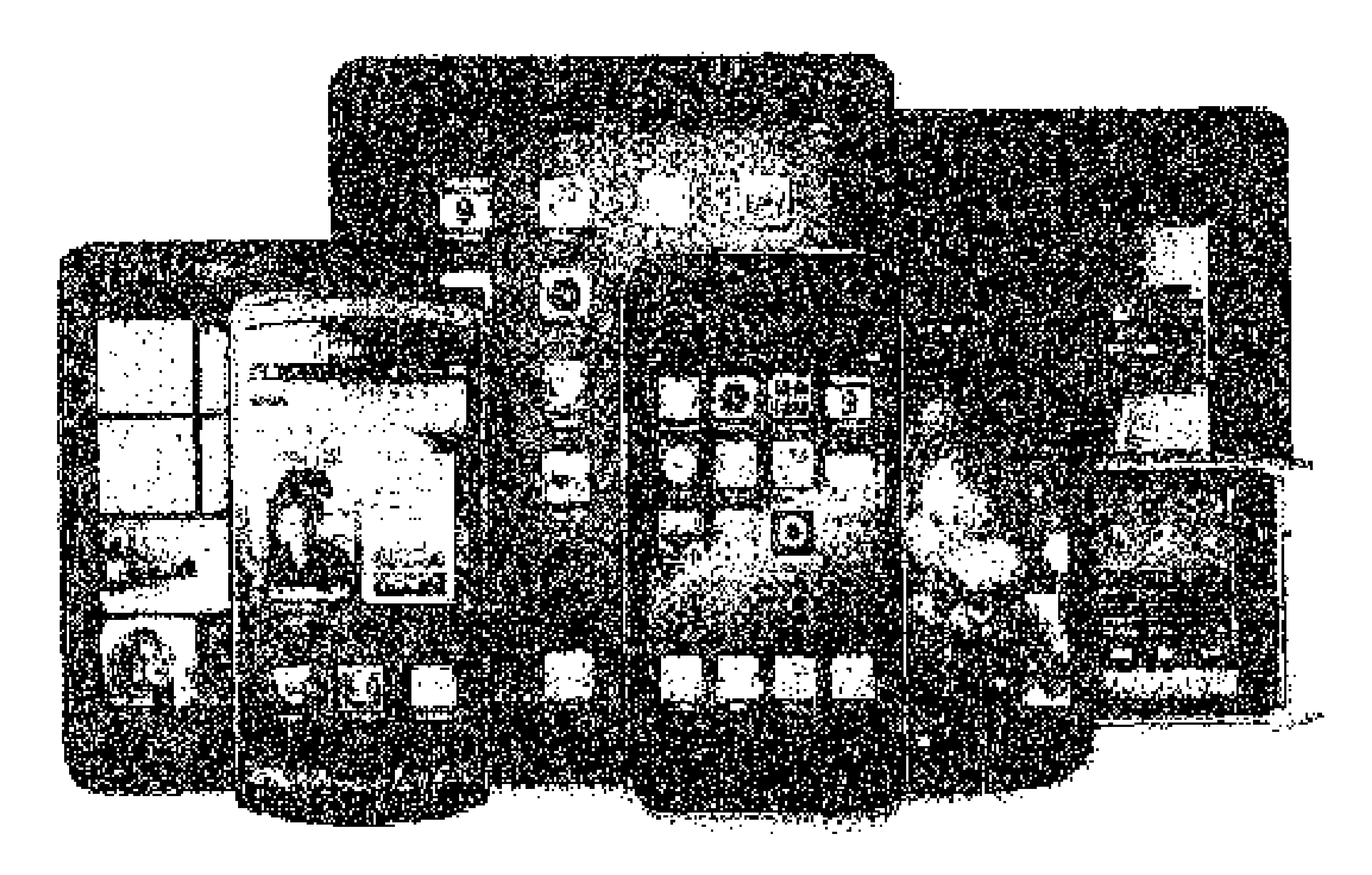
لقد تسابقت الشركات المهتمة بالهاتف المحمول إلى إيجاد هواتف تتمتع بأفضل المواصفات، وذلك للمحافظة على استمرارية المنافسة، وتجاوز التحديات التي واجهتها في الأجيال السابقة، وتحقيق الاستجابة الأوسع لمتطلبات الجمهور وحاجاته المتجددة والمتنوعة. إن أجيال الهواتف المحمولة التي ظهرت حتى الآن، استطاعت أن تحقق ما كان مجرد أحلام راودت مخيلتنا ولم نكن نتوقع تحققها حتى وقت قريب من الوقت الحاضر، وليس هناك ما يمنع خيالنا من أن يتوقع تحقيق المزيد من الأحلام التي تراودنا اليوم، وأن تقدم الأجيال اللاحقة من الهواتف ما عجزت عن تحقيقه الأجيال السابقة منها.

وعلى الرغم من أن ما تم إنجازه حتى اليوم على مستوى تطوير الهواتف عبر الأجيال الأربعة للهواتف المحمولة ليس قليلا، وقد ذكرنا بعضه. وسنحاول تلخيص أهم هذه الإنجازات على النحو الآتي:

- سرعة المعالج المستخدم
- السعة الخزنية للذاكرة
- إمكانية توصيله مع الإنترنت
- إمكانية تحميل التطبيقات اللازمة عليه

- إمكانية توصيله مع الشبكات اللاسلكية المتوفرة
- دقة الصور المعروضة على الشاشة
- قدرة الكاميرا الفائقة في التقاط الصور في الأجواء المختلفة
- دقة الصوت
- السعر المناسب
- الحجم المناسب

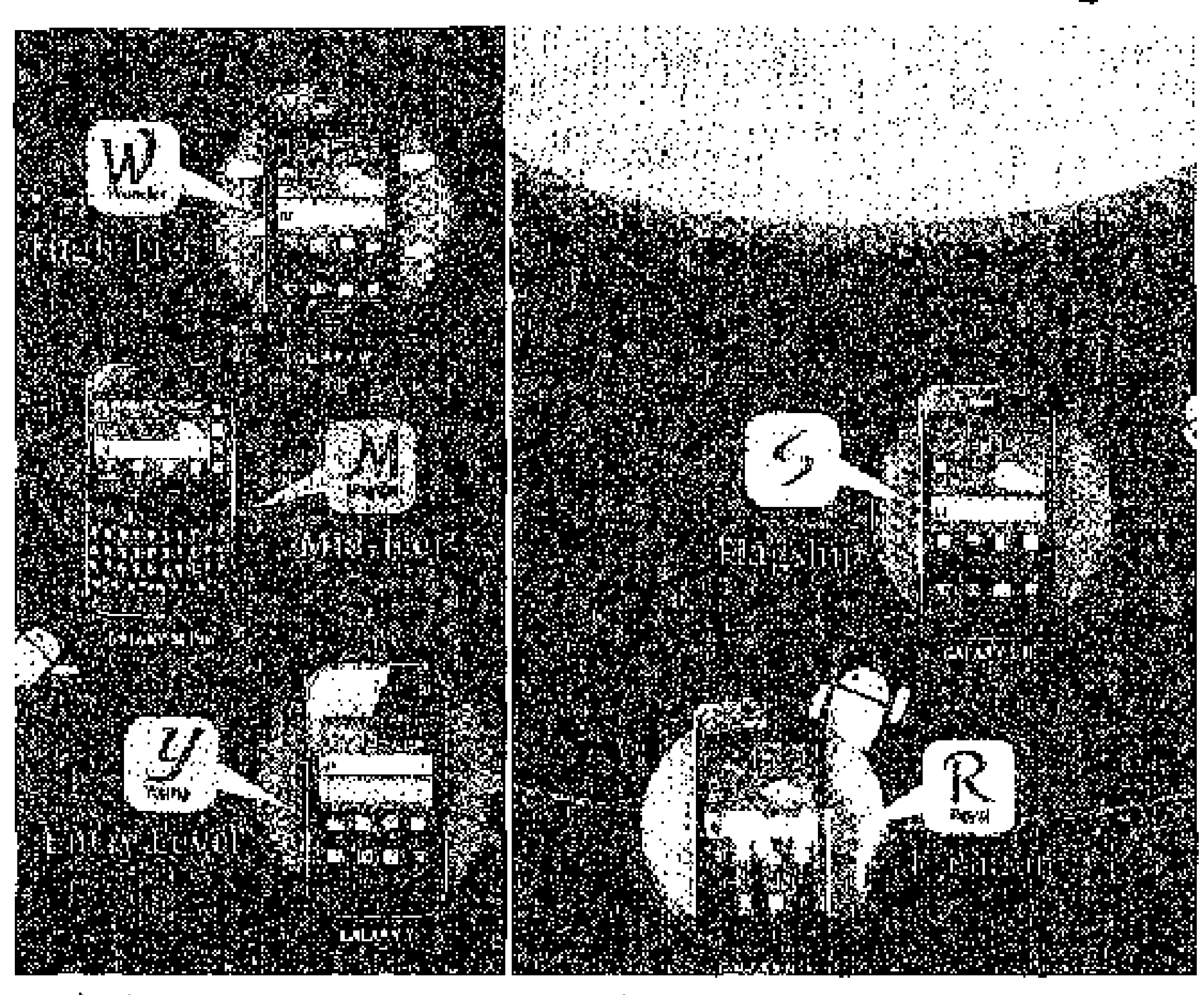
إن الاستثمارات الكبيرة لكبريات شركات الاتصالات والمعلومات في العالم تكشف شدة التنافس بين هذه الشركات للسيطرة على سوق الهواتف العالمية من جهة، ومدى ما يمكن أن يكون عليه سقف التوقعات اليوم وغدا فيما يتصل بتطوير تقنية الهواتف المحمولة والذكية التي صارت مزودة بأجهزة إدخال البيانات وإخراجها ومعالجتها لإمداد الذاكرة وتحديثها بصورة دائمة. وهكذا ظهرت موجة الهواتف الذكية التي يتوافر منها اليوم عشرات الأنواع، وبمواصفات عالية كما يوضحه الشكل (14).



الشكل (14) مواصفات الهواتف الذكية

http://arabhardware.net/news/mobiles/17997-smartphones-data-tablets.html

لقد أصبح بإمكان الجيل الجديد من الهاتف المحمول وكذلك الهواتف الذكية التعامل مع الوسائط المتعددة بشكل كامل، إضافة إلى نقلها للمعلومات بجودة عالية وبدقة كبيرة، وهو ما فتح المجال واسعا لإحداث ثورة المعلومات التي نعيشها اليوم كواحدة من أهم الثورات التقنية الحديثة، والتي أدت إلى تطور طرق التعامل مع المعلومات وطرق تداولها وتحسين آليات انتقالها لتكون متاحة للجميع وقت الطلب، ويسرت على المستخدم بصورة كبيرة مهمة الحصول على المعلومات المقروءة والمسموعة والمرئية وتبادل الوثائق على اختلاف أنواعها وتارخ توثيقها أو أماكن الاحتفاظ بها في أي مكان في العالم من مصادرها الأصلية مباشرة بسرعة وسهولة. والشكل (15) يوضح إطلاق شركة سامسونج، وهي من الشركات الرائدة في وسائل الاتصال والتقنيات الرقمية وتوفير الهواتف النقالة، استراتيجية جديدة لتسمية مجموعة من الهواتف الذكية في وقت واحد، فقد أطلقت نظام التسمية الجديد ليتزامن مع إطلاق أربعة من الهواتف الذكية الجديدة.



الشكل (15) استراتيجيات جديدة في وسائل الاتصال والهواتف الذكية

http://www.mobilk.net/save-6-6491.html

الهواتف متعددة الشاشات:

من الاتجاهات التي نشهدها اليوم تحول الهاتف المحمول ليصبح جزءاً من قاعدة أوسع هي البيئة المتعددة الشاشات. بمعنى آخر فإن الهاتف المحمول يشتمل على عدة شاشات متداخلة، وهو تطور يفوق ماسبق اختراعه في أي وقت مضى. وعلى سبيل المثال، يمكنك وأنت تشاهد نشرة الأخبار أو برنامجك المفضل على التلفزيون إرسال التغريدات عن البرنامج الذي تتابعه على موقع تويتر Twitter من هاتفك الجوال. أي أن الهاتف الجوال أصبح يستخدم بالتوازي مع باقي الشاشات.

ويتوقع المراقبون أن تشهد سوق الهواتف الجديدة تنافسا ساخنا بين الشركات المنتجة لبرامج تعريف المحتوى الجوال باتجاه تحقيق سلسلة جديدة من النجاحات على صعيــد الارتقاء بالخدمة الهاتفية[1]. ومما يعزز هذا التوقع دخول شركات كبيرة هذا الميدان، كشركة نوكيا Nokia وأبل Apple وسامسونج Sumsong وغيرها، بروؤس أموال ضخمة، مستفيدة مما حققته من أرباح كبيرة في المراحل السابقة.

---

[1] لمزيد من التفاصيل راجع الموقع التالي: http://www.ameinfo.com/ar-268813.html

أسئلة الفصل الخامس

1. ما علاقة التطور التكنولوجي بتشكيل بيئة اتصالية جديدة؟
2. وضح باختصار مراحل التطور التقني للبث الاذاعي؟
3. ما مكونات نظام الإرسال الاذاعي؟ وضح ذلك بأختصار.
4. تحولت الإذاعة من وسيلة تكنولوجية لنقل الأخبار إلى وسيلة اتصال متعددة الأغرض، ويرجع ذلك إلى جملة من الأسباب، عددها؟
5. ما التسهيلات التي يقدمها الراديو الرقمي لعملية الاتصال؟
6. ما العلاقة التقنية بين الراديو والتلفزيون؟ وكيف أثر كل منهما بالآخر؟
7. ما مكونات نظام الإرسال التلفزيوني؟ وضح ذلك باختصار.
8. وضح باختصار كيف ظهر راديو الإنترنت، مبينا طريقة عمله.
9. ما خصائص راديو الإنترنت؟
10. كيف بدأ نقل صورة سلكية متحركة لأول مرة؟
11. ما أنواع الأنظمة التلفزيونية؟
12. ما ميزات تلفزيون الصمامات الثنائية العضوية، وما تطبيقاتها؟
13. ما أهم خصائص التلفزيون التفاعلي؟
14. كيف بدأ تلفزيون الإنترنت وما ميزاته؟
15. مالفرق الأساس بين نظام IPTV ونظم التلفزيون التقليدية؟
16. بماذا تميزت أجيال الهاتف المحمول ؟ وما مواصفات كل جيل؟
17. ما الفروقات بين الهاتف المحمول والحاسوب المحمول؟
18. ما الامكانات التي يقدمها الهاتف المحمول لتسهيل عملية الاتصال؟
19. وضح بالأرقام التطور الكبير في عدد مستخدمي الهاتف المحمول في العالم؟
20. قارن بين تطور استخدام الهاتف المحمول في أوربا وفي الوطن العربي؟
21. ما موصفات الهواتف الذكية وكيف أثرت في البيئة الاتصالية الجديدة؟
22. أذكر بعض أنواع الهواتف الذكية مبينا مواصفاتها الجديدة؟

الفصل السادس

العاملون في الإعلام الرقمي

يتوقع من القارئ الكريم بعد الانتهاء من قراءة هذا الفصل أن يكون قادرا على أن:

1) يحدد أهم مفردات التكنولوجيا الحديثة التي تستخدم في خدمة النشاط الإعلامي
2) يعدد أبرز فئات العاملين في حقل الإعلام الإلكتروني
3) يبين كيفية استفادة الكتاب الإعلاميين من تكنولوجيا الاتصال الحديث
4) يشرح كيفية استفادة المخرجين ومساعديهم من تقنيات الاتصال الحديثة في عملهم
5) يحلل المهام التي يستطيع الباحثون القيام بها بالاستفادة من التكنولوجيا الحديثة
6) يبين مدى صعوبة إدارة المؤسسة الإعلامية بدون إتقان مهارات الاتصال الحديثة في العمل
7) يوضح تأثير الشركات الإعلانية على توجهات عمل المؤسسة الإعلامية في القطاع الخاص
8) يقوم مدى كفاءة عمل المقدمين في محطة تلفزيونية حديثة
9) يجري مقارنة بين العاملين التقليديين والعاملين المحدثين في حقل الإعلام
10) يذكر أهم اشتراطات التكنولوجيا الحديثة التي تفرضها على فئات العاملين في حقل الإعلام

العاملون في الإعلام الرقمي

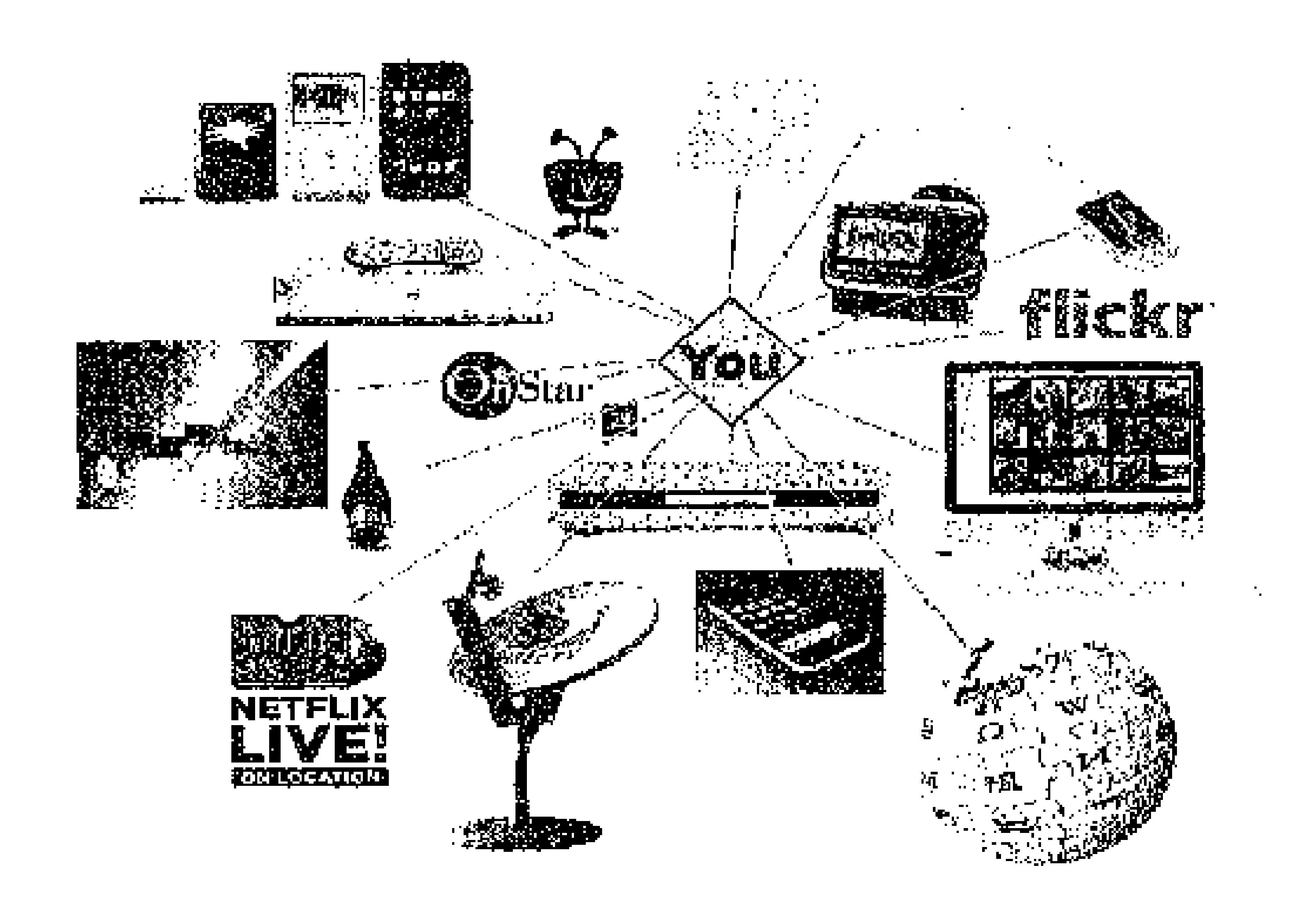
العاملون في وسائل الإعلام الرقمي:

في الفصول السابقة من هذا الكتاب حاولنا أن نتتبع تطور وسائل الاتصال وما حققته من تقدم على صعيد التكنولوجيا، في ظل ما بات يعرف بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات Information and Communication Technology (ICT). وقد عرضنا إلى أهم خصائص أبرز تلك الوسائل في المرحلة التي سبقت ظهور الحاسوب والإنترنت، وهي الصحافة المطبوعة والكتاب المطبوع ووكالات الأنباء والإذاعة والتلفزيون والهاتف. كما تناولنا المرحلة التي أعقبت ظهورالحاسوب والإنترنت، وما طرأ من تطورات في خصائص هذه الوسائل، وكيف أن هذه التطورات قد تآزرت مع ما حققته تكنولوجيا الأقمار الاصطناعية، وكيف انعكس كل ذلك على الجانب التقني لوسائل الاتصال من حيث الخصائص والإمكانات المستحدثة في كل منها، باتجاه الارتقاء بوظائف الوسيلة وقدرتها على تحقيق أكبر قدر ممكن من تطلعات الجمهور واحتياجاته، في حقل بات يعد الأكثر تطورا وتأثيرا في تفاصيل حياة الناس في مجتمعات العالم المختلفة.

وقد ميزنا من خلال هذا الاستعراض بين الوسائل التي رافقت هذه التحولات وأفادت من التطور التقني الحاصل في هذا الميدان تمهيدا للانتقال إلى العصر التقني قبل أن يتجاوزها الزمن وتتقلص جماهيريتها، وبين الوسائل التي ابتكرتها التكنولوجيا الحديثة، والتي عدت ابتكارات خالصة للعصر الرقمي، لكونها اعتمدت بصورة كاملة على تقنيات الحاسوب والانترنت. وحرصنا على أن نعزز حديثنا عن كل هذا بصورة إحصائية عن حجم انتشاروسائل الاتصال التي تناولناها، ومقدار استخدامها في بلادنا العربية وفي العالم ليكون المشهد الاتصالي أكثر وضوحا للمهتمين بحقل الإعلام. أما الجانب التقني لوسائل الاتصال فقد حاولنا تبسيط

التطورات الحاصلة فيه قدر المستطاع لتيسير فهم التحولات التقنية التي تطرقنا إليها على دارسي الإعلام دون الإغراق في الجوانب الهندسية البحتة لهذا الموضوع.

ولأن الفئة التي يستهدفها هذا المؤلف هي المهتمون بالإعلام والمشتغلون فيه من الباحثين والعاملين والدارسين، ولأن برامج الدراسة في أقسام الإعلام والاتصال في جامعاتنا وفي المراكز التدريبية ذات الصلة بهذا الحقل تتضمن مواد دراسية حول العاملين في وسائل الاتصال من كتاب وإداريين وفنيين، فقد وجدنا من المناسب أن نفرد فصلا من الكتاب للحديث عن بعض الإمكانات التي وضعتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تحت تصرف العاملين الأساسيين في حقل الإعلام الرقمي الذي يضم جميع الوسائل التي تناولناها في الفصول السابقة. وسنتناول أبرز فئات العاملين بحسب طبيعة عمل كل فئة منهم على النحو التالي، مع التأكيد على أن ما نذكره في هذا السياق هو مجرد أمثلة على ما يمكن أن يفيد منه العاملون في الميدان الإعلامي من نواتج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، التي نجد لها جديدا كل يوم:



الشكل (1) تقنيات العصر الرقمي

http://www.arabmediaforum.net/pagesar.aspx?page=72

- **الكتّاب**: وتشمل هذه الفئة المؤلفين وكتاب الصحافة ومعدي البرامج الإذاعية والتلفزيونية وكتاب المدونات في المواقع الإلكترونية المختلفة وكتاب الدراما في المحطات الإذاعية والتفزيونية، وغيرهم ممن يتعاملون مع النص بمختلف أشكاله.

لقد كانت المعضلة الأساسية في عمل هذه الفئة من العاملين في حقل الإعلام والثقافة في مرحلة ما قبل الحاسوب والانترنت هي كيفية الحصول على المعلومات الكافية والحديثة التي تصلح أن تكون قاعدة معرفية لما يكتبون من نصوص. وكان الفيصل في هذا الموضوع هو القدرات الشخصية للكاتب ومدى اطلاعه، وما يحتفظ به من المراجع ذات الصلة، وما قد يستطيع الوصول إليه من مصادر أخرى.

لقد وضعت التكنولوجيا الحديثة أمام هذه الفئة من العاملين في الإعلام، إمكانات غير مسبوقة في مجال توفير ما يلزم في هذا المجال في أي حقل من حقول المعرفة التي يشتغلون فيها. فعلى محركات البحث يجد كاتب النص خزينا لا ينضب من البيانات والمعلومات التي تقدم له جاهزة وقت الطلب، وبالصيغة التي يرغب سواء أكانت نصا أم صورة أم خارطة أم صوتا. هذا فضلا عن أشكال أخرى لهذا الخزين مما يصلح لذوي الاحتياجات الخاصة من المعاقين وبطيئي التعلم. وللكاتب أن ينشيء على جهاز الحاسوب الخاص به عددا غير محدود من الملفات حول جملة الموضوعات التي ينوي الكتابة فيها دون أن يكلفه ذلك ما كان يكلفه من قبل من جهد ومال ووقت.

وفي هذا السياق يمكننا الإشارة إلى أن موقع أرشيف الإنترنت قد وصل إلى رقم قياسي عام 2012 من حجم البيانات المؤرشفة بلغ 10 ملايين غيغابايت. وهذا الموقع هو جهة غير حكومية وغير ربحية مهمتها أرشفة كل ما على الإنترنت من محتوى، ويشمل ذلك الأفلام والموسيقى والنصوص والصور والكتب والخرائط وغيرها[1].

---

[1] للمزيد أنظر الرابط التالي: http://www.tech-wd.com/wd/2012/10/27/internet-archive/

إن كاتب هذا العصر، وفي أي من وسائل الاتصال المعاصرة، صار يقف في منتصف العالم، وعلى مسافة واحدة من أية معلومة محملة على الانترنت، وبإمكانه التنقل بمنتهى اليسر بين مكتبات العالم ومحركات البحث ومخزوناتها العلمية والمعرفية في أي وقت يشاء لينتقي منها ما ينفعه من أي عصر عبر التاريخ، ومن أي مكان عبر الجغرافية. فالمعضلة الآن ليست في كيفية الحصول على المعرفة، وإنما في كيفية الانتقاء منها، ذلك أن في عالم الإنترنت وفي مصادر الأخبار المتوفرة في مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها كل ما هو غث وسمين، ولابد للكاتب أو المعد الجيد أن يتوخى الدقة فيما يقتبس من نصوص، خاصة وأن الأجيال المتأخرة من الإنترنت قد أتاحت لأي مستخدم أن يضع عليها ما يشاء من المعلومات دون وجود فرصة لتدقيقها والتحقق من صحتها. هذا فضلا عن ضرورة تفادي التناص الحرفي وغير الحرفي الذي تحفل المواقع الإلكترونية به وبغيره من أشكال السرقة الفكرية والأدبية، مما يتطلب الرجوع إلى المراجع الأصلية حيثما كان ذلك ممكنا.

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن وفرة المعلومات والقدرة على التنقل بين كم غير محدود من النصوص التي أنتجها كتاب آخرون في مختلف دول العالم تعطي الكاتب فرصة لا تعوض لمعرفة اتجاهات الكتابة وموضوعاتها وأنماطها، ومدى تقبل الجمهور لها، مما يرسم خارطة للنتاج العالمي لكتاب وسائل الاتصال المختلفة، ويمد الكاتب المحلي بتجارب وخبرات توسع أفقه وتمده بأفكار وموضوعات لا حصر لها، سواء أكتب بعد ذلك لجمهوره المحلي أم كتب للمحطات الفضائية والمواقع الإلكترونية التي ينتشر جمهورها على مستوى العالم كله.

وبلغة الأرقام فإن شبكة الإنترنت تحتفظ بما يزيد على تريليون صفحة إلكترونية متنوعة الأشكال والوسائط، وإن هذا الرقم في تصاعد مستمر، فموقع Archieve.org مثلا يسعى إلى تحويل 500 مليون مجلد في مكتبة الكونغرس إلى الصيغة الرقمية. كما تسعى شركة Google إلى الاتفاق مع أكبر خمس مكتبات

في العالم من أجل تصوير حوالي 50 مليون كتاب وتحويلها إلى الشكل الرقمي. وتشير الأرقام أيضا إلى أن محرك Google تجري عليه 34000 عملية بحث كل ثانية، أي ما يعادل ثلاثة مليارات عملية بحث يوميا، وكلّ من عمليات البحث هذه توصل بدورها إلى عدد كبير من البيانات والمعلومات وبوابات المعلومات الأخرى[1].

وبقدر تعلق الأمر بما أشرنا إليه حول الاهتمام بفئة ذوي الاحتياجات الخاصة، والتي تقدر نسبتها العامة في المجتمعات بعامة بأكثر من 10% من السكان، وهي في ازدياد مطرد بسبب اتساع دائرة الحروب والتصحر والفقر، فقد وفرت تكنولوجيا الحاسوب برامج خاصة يمكن أن يخاطب الكاتب من خلالها هذه الفئة لدعم سياسة الدمج التي أقرتها الأمم المتحدة منذ أكثر من عقدين، ليسمع فاقدو البصر ما يكتب الصحفي، ويرى فاقدو السمع عن طريق الصورة ولغة الإشارة الصورية ما يريد أن يقوله كاتب السيناريو في عمل درامي تلفزيوني على سبيل المثال. لقد أصبح بمقدور أصحاب القلم من الإعلاميين اليوم أن يصلوا إلى هذه الفئات من المجتمع وأن يستمعوا لرغباتهم التي كتمت عبر التاريخ حتى جاءت تكنولوجيا الاتصال الحديثة لترفع عنها غطاء الصمت طيلة قرونه السحيقة.

إن الكاتب الجيد الذي ترغب وسائل الاتصال الرقمية في التعامل معه اليوم لم يعد هو الكاتب الذي يجيد الكتابة فقط، ففرصة هؤلاء الكتاب من الإعلاميين تظل في الغالب حبيسة التواصل التقليدي الذي سبق هذا العصر. إن الكاتب الذي تفضله وسائل الإعلام الجديدة هو الذي يتقن، إلى جانب مقدرته الكتابية، جملة من المهارات التي تمكنه من التعامل مع الحاسوب والانترنت، ووسائل التواصل المعاصرة الأخرى، كيما يستطيع توسيع دائرة الانتشار الجماهيري للمؤسسة الإعلامية المعنية، بعد أن أصبح الطلب في السوق معيارا من معايير الاقتصاد الثقافي للحكم على جودة هذا الكاتب أو ذاك.

---

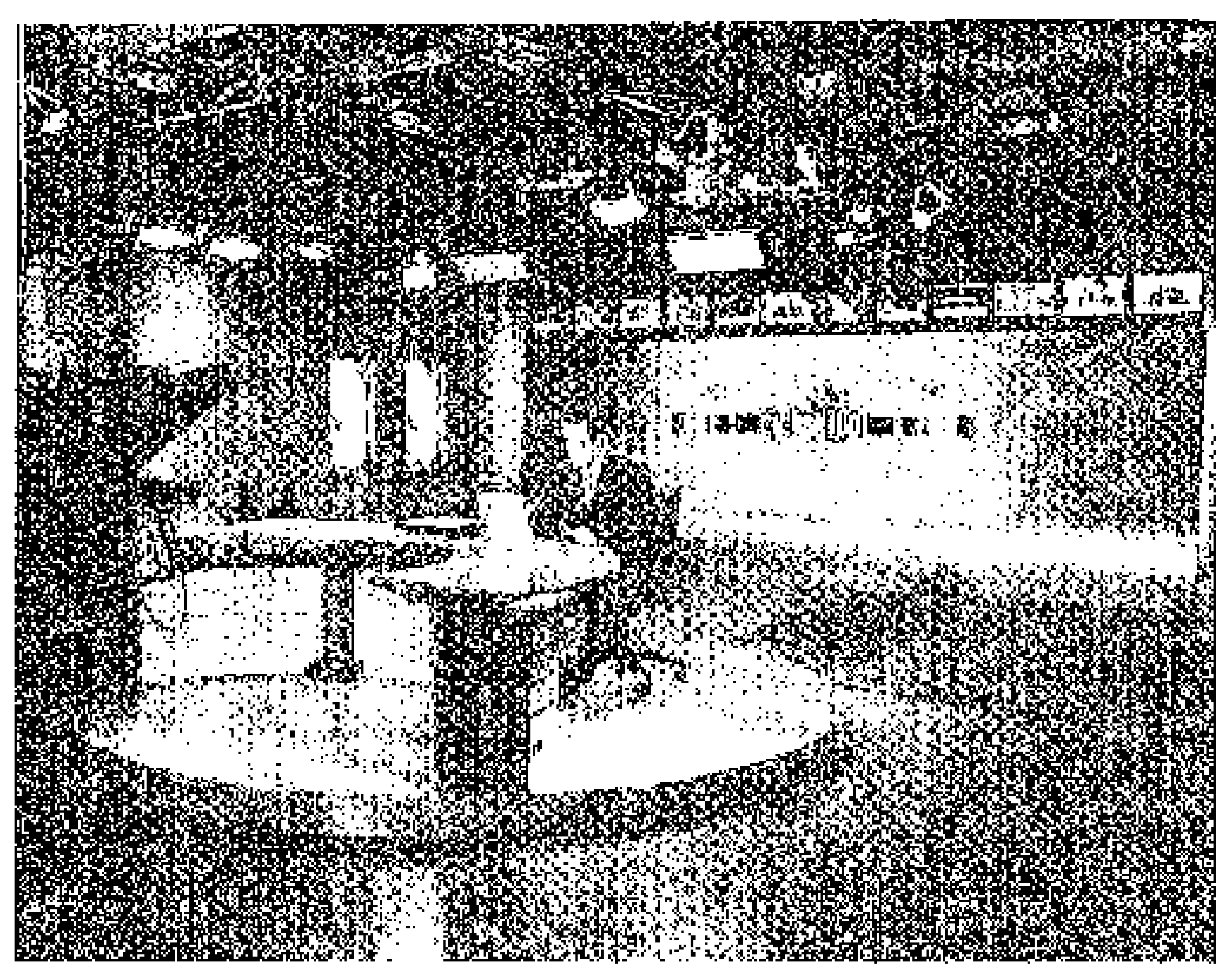
(1) أنظر: الشرمان، عاطف أبو حميد (2013) تكنولوجيا التعليم المعاصرة وتطوير المنهاج. عمان: دار وائل للنشر.

إن من الواضح أن إتقان الكاتب لمثل تلك المهارات أصبحت ضرورية في الصحافة الإلكترونية ومواقع المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهوره أولا بأول، وهو واقع يختلف كثيرا كما يرى القارئ الكريم عن حال الصحافة التقليدية ومحطات الإذاعة والتلفزيون يوم كانت تمارس نمطا من الاتصال يجري باتجاه واحد، من المرسل، أي الكاتب، إلى المتلقي، دون أن تتوفر فرصة للمتلقي لإبداء الرأي فيما يرى أو يسمع.

- **المقدمون:** ويقصد بهم المذيعون ومقدمو البرامج الإذاعية والتلفزيونية والمراسلون الميدانيون وقراء نشرات الأخبار والمعلقون ومديرو الحوارات المباشرة في محطات الإذاعة والتلفزيون ومن يشملهم هذا الوصف في المواقع الإلكترونية.

تتمتع هذه الفئة من العاملين الإعلاميين بأنها تمثل حلقة الاتصال الأساسية التي تربط وسيلة الاتصال بالجمهور، فكلٌ من العاملين فيها يمثل تلك الوسيلة بصورة أو بأخرى، وبالتالي، يؤثر في جماهيريتها وانتشارها. ومعنى ذلك أن المقدم أو المراسل وأقرانه في المهنة يتحكمون إلى حد كبير بمزاج الجمهور ومدى تأثير الوسيلة التي يمثلونها في اتجاهات هذا الجمهور وقناعته ومدى تفاعله مع ما يطرح من موضوعات. لكن ذلك لا يتشكل عادة إلا عبر لقاءات متعددة ، يطلع فيها على ثقافة المقدم ومصداقيته ونباهته وملامح شخصيته وطريقة تعامله مع المتلقين. وهنا تكمن قدرة المقدم الجيد في التقاط نقاط التأثير في المتلقي من خلال إدراكه لمواطن اهتمامه وشواغله وحاجاته وهمومه. ولكي يفهم المقدم ذلك لا بد له من معايشة واقع الجمهور وخصائصه، والعوامل المؤثرة فيه في لحظة التواصل معه، وهو ما يتطلب من المقدم، أيا كان دوره، مراسلا أم محاورا أم معلقا أم غير ذلك، أن يكون على اطلاع معقول على مجريات الأحداث اليومية التي تجري في الحقل الذي يتعامل معه أيا كان هذا الحقل، رياضيا أم سياسيا أم اقتصاديا أم غير ذلك. ومن هنا فإن المحطات التلفزيونية تزود ستوديوهات البث بجميع ما يلزم من تقنيات

وشاشات تواصل ومصادر إخبارية مرئية ليكون المقدم على تواصل لحظة بلحظة مع المجريات خارج الاستوديو، وهو ما يشعر المشاهد على الطرف لآخر بواقعية معايشة المقدم للأحداث التي يمر بها هو كذلك. لاحظ الشكل رقم (2).

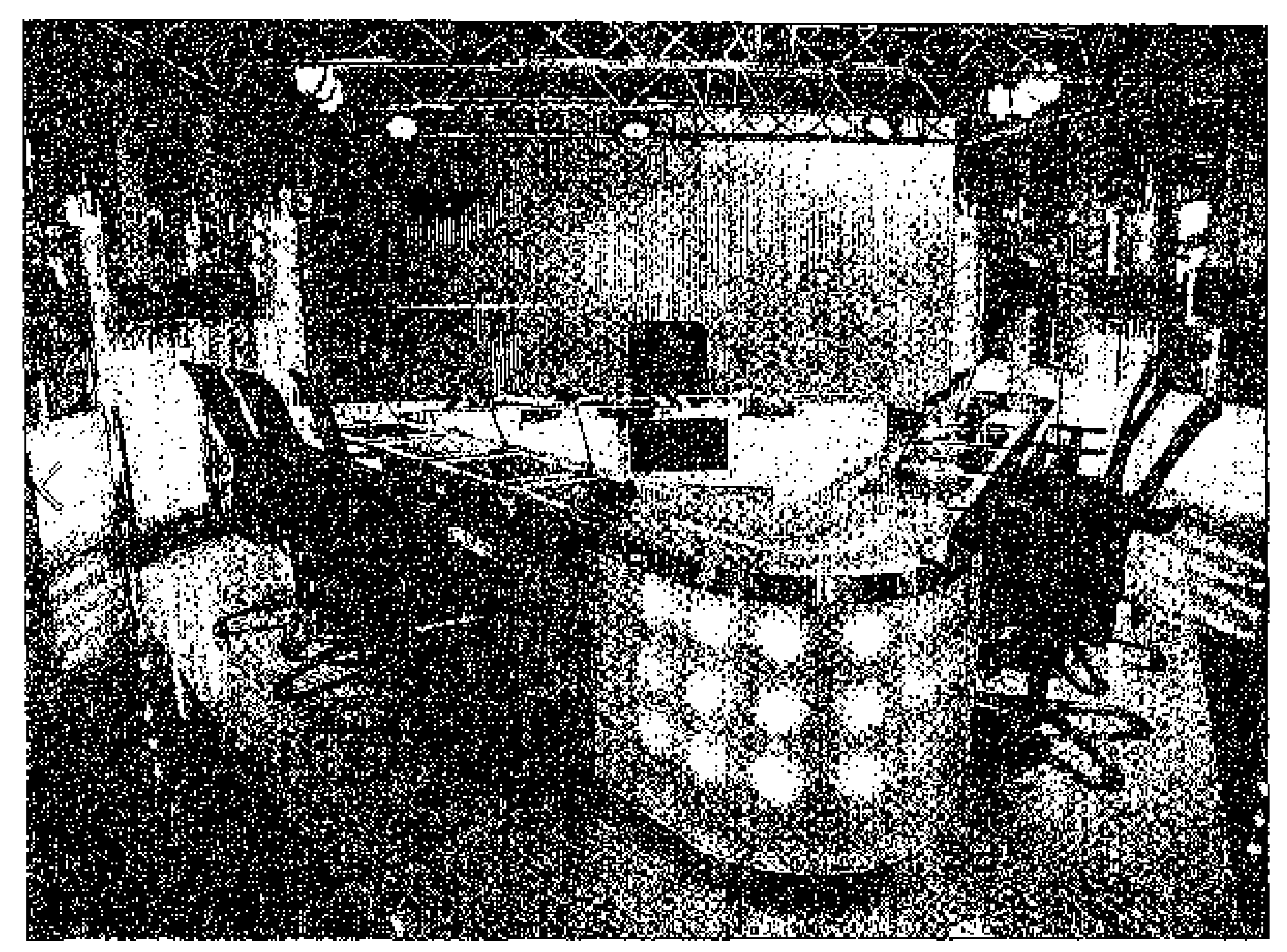


الشكل (2) المقدم التلفزيوني في الاستوديو الرقمي

http://www.fahad.ae/?p=17

إن هذه المسألة تكتسب أهميتها الخاصة حينا يعمل المقدم أو أحد أقرانه في وسيلة ينتشر جمهورها على خارطة العالم كله، مما يجعله غير قادر على معرفة اتجاهات الرأي لديهم إلا من خلال التواصل اليومي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي سبق لنا استعراض أهمها في الفصول السابقة. ويذهب المقدمون المحترفون إلى أكثر من ذلك، في التواصل مع جمهورهم وهم يحضرون لبرنامج ما وأثناءه وبعده عن طريق هذه المواقع الإلكترونية، بمجرد وضع شاشة صغيرة أمامه أثناء تقديم البرنامج، للوقوف على نبض الشارع وتطلعات الجمهور الذي يتابعه، وهو أمر لم يكن بالإمكان القيام به بهذه الصورة لولا توفر الاتصال السهل والسريع والفوري الذي تؤمنه شبكة الإنترنت والهواتف المحمولة (الشكل 3).

أما الجوانب الأخرى ذات الصلة بسعة ثقافة المقدمين وسعة خبرتهم وحسن تصرفهم في المواقف المختلفة، وهو ما يكتسبونه من الاطلاع المستمر على المواقع ذات الصلة في الإنترنت والمحطات الأخرى التي تبث برامجها على هذه الشبكة، وهو ما ينطبق عليه ما سبق لنا ذكره في النقطة السابقة المتعلقة بالكتّاب.



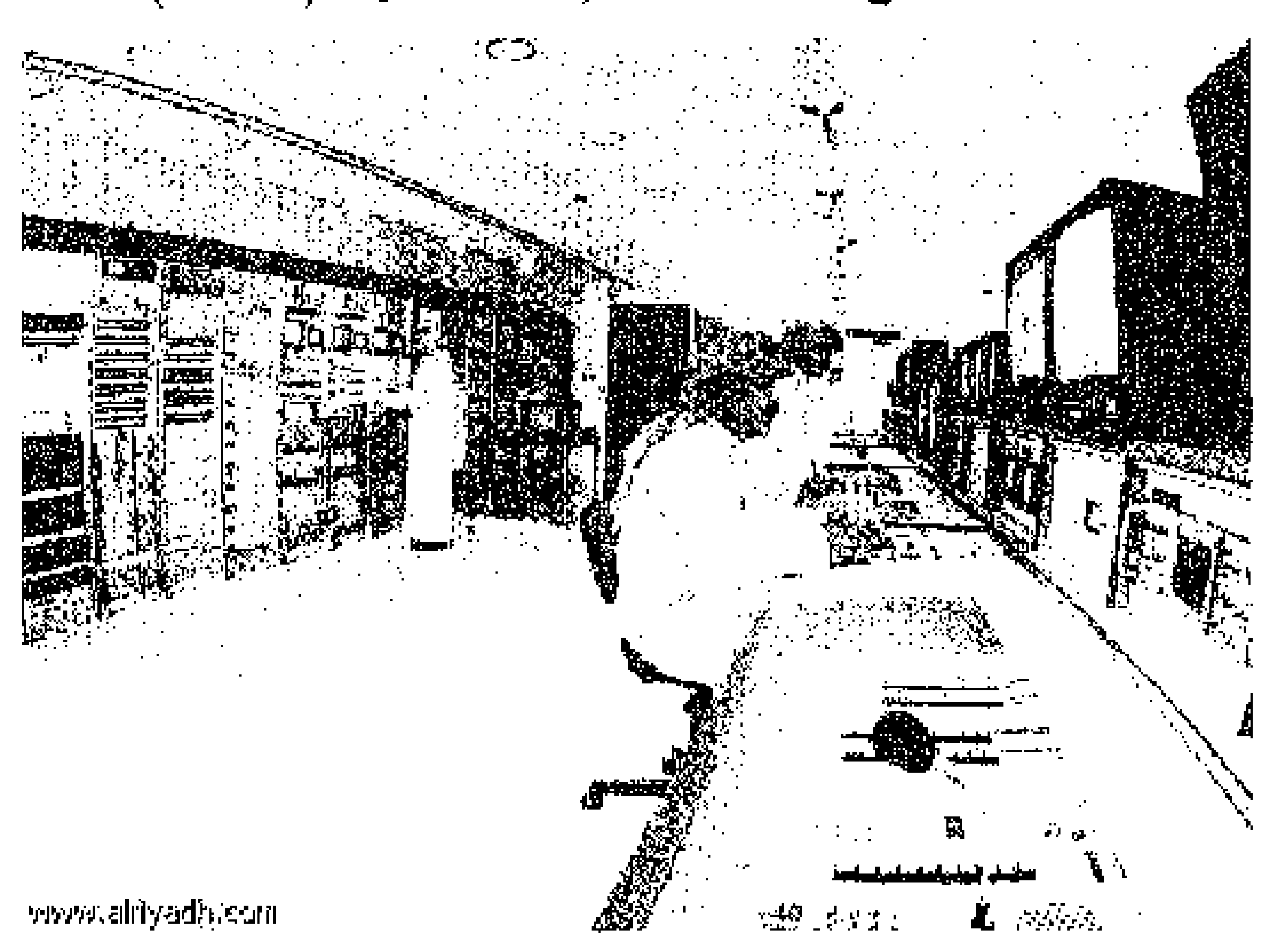
الشكل (3) ستوديو تلفزيوني حديث للبرامج الأخبارية في محطة جزائرية

http://www.startimes.com/f.aspx?t=31651154

- **المخرجون:** ونقصد بهم المخرجين الإذاعيين والتلفزيونيين ومساعديهم وكتّاب السيناريو والمقطّعين والمشرفين على إنتاج البرمجيات والبرامج الفنية والتعليمية والوثائقية وغيرهم ممن يتطلب عملهم قدرا عاليا من الإبداع والابتكار.

إن مهمة هذه الفئة هي مهمة أساسية في بناء المنتج الثقافي والإعلامي في صيغته النهائية. وعليه فهي معنية برصد ما تتطلبه نشرات الأخبار والبرامج

المختلفة والأفلام والأعمال الدرامية من مستلزمات تعمق مضمونها بما يعين في تجسيد الأفكار والمشاعر التي تتضمنها، وييسر عرضها على الجمهور بأبلغ تأثير ممكن. بمعنى آخر فهي الفئة التي تعيد كتابة النص الأدبي (الأصلي) وتحوله من الورق إلى سماعة الراديو أو شاشة العرض التلفزيوني أو العرض المحوسب مدعومة بعناصر التشويق اللازمة لشد الجمهور والتأثير في قناعاته واتجاهاته. ومن الواضح أن الطبيعة المتشعبة لعمل هذه الفئة تستدعي معارف وقدرات مركبة، علاوة على المهارات المتقدمة في تصميم الأعمال وإنتاجها، كيما تكون قادرة على منافسة المحطات أو المواقع أو المؤسسات الإنتاجية الأخرى (الشكل 4).



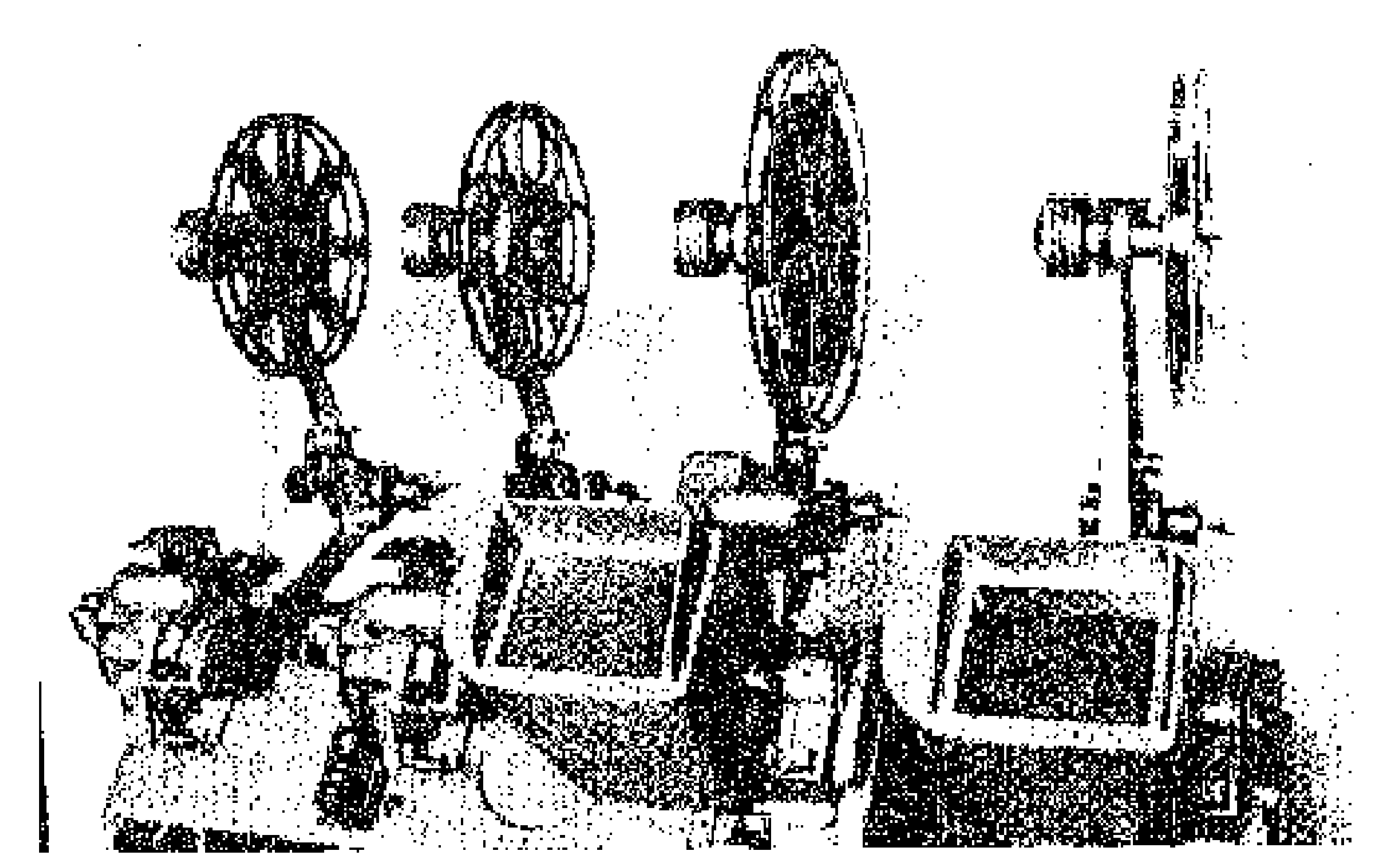
الشكل (4) مخرج تلفزيوني في أحد ستوديوهات التلفزيون السعودي

http://www.alriyadh.com/2006/05/11/article153593.html

ومن هنا فإن دور هذه الفئة يشمل الإفادة القصوى مما تتيحه التكنولوجيا المعاصرة من نماذج وأفكار وطرائق إنتاج، وما تحتفظ به شبكة الإنترنت من وثائق نصية وصوتية وصورية مما يطلق عليه تسمية "الوسائط المتعددة" لاستخدامها طبقا

لمتطلبات كل عمل من الأعمال التي أشرنا إليها. ومعلوم أن عناصر النص والصوت والصورة قد حققت قفزات مهمة على مستوى الدقة والوضوح والتنوع، مما يسهل الاستجابة لرغبات هذا الفريق في تقديم أعمال متكاملة العناصر وذات قدرة تأثيرية عالية على الجمهور.

وحين نتحدث عن تقطيع الأشرطة الصوتية أو الصورية (الشكل 5)، أو المونتاج الصوري الذي يقوم به المونتير، الذي يعد أحد صناع الفلم الأساسيين إلى جانب المخرج وكاتب السيناريو، فإن الفرق كبير بين تقنية التقطيع اليدوية باستخدام المقص وأشرطة اللصق التقليدية باستخدام جهاز يسمى ميفيولا، والتقنية الإلكترونية التي تعتمد على الحاسوب، والتي تعد أكثر دقة وأقل جهدا وأسرع عشرات المرات من الطريقة التقليدية. وهي واحدة من التقنيات التي تشكل جزءا مهما من البنية التحتية لصناعة تقنيات الاتصال.



الشكل (5) أجهزة التقطيع الصوري التقليدية

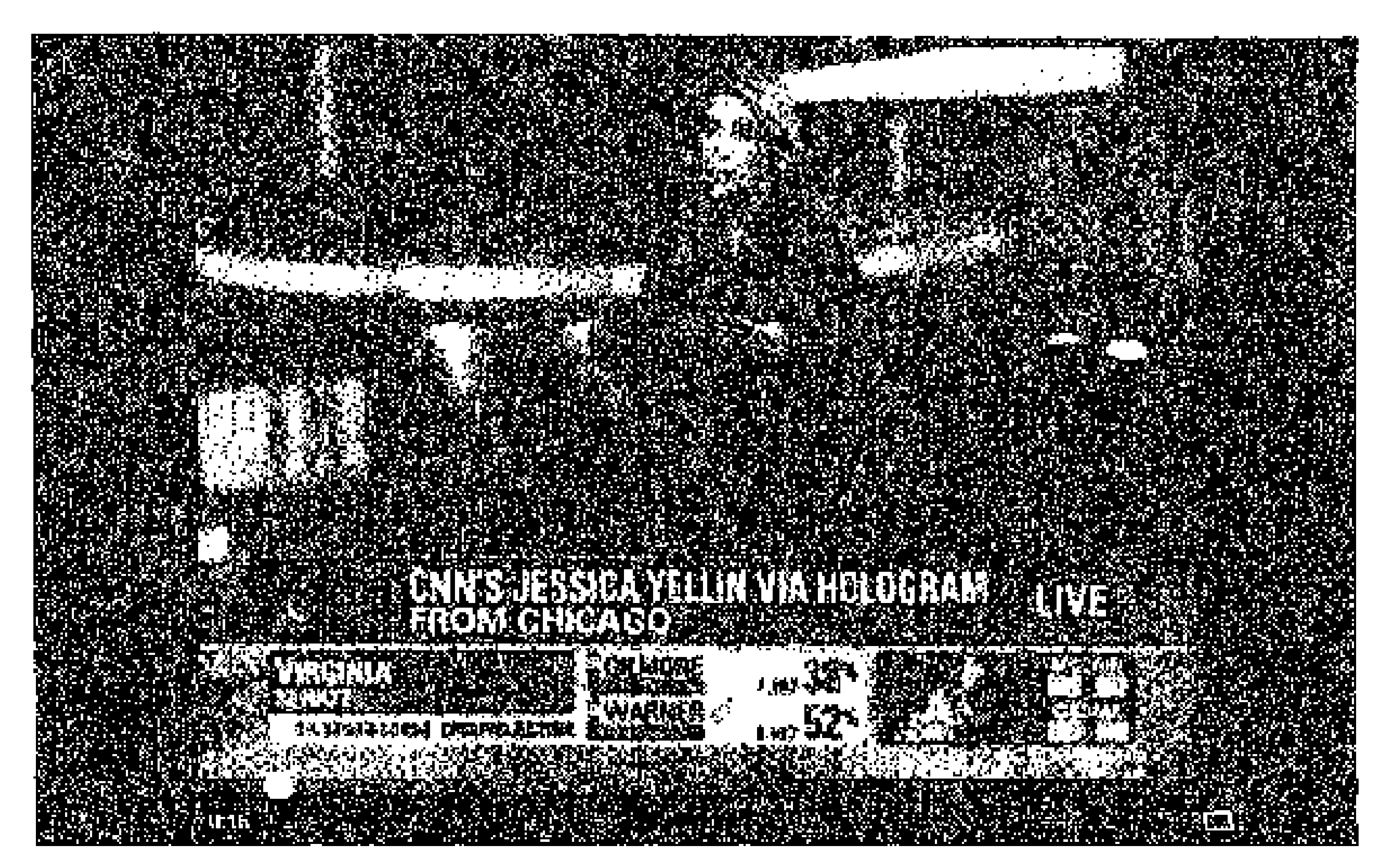
http://www.al-jazirah.com/2010/20101104/zt.htm

- **الفنيون:** ويقصد بهم هنا المصممون والمصورون ومهندسو الصوت ومصممو المكياج المختصون في فن الكرافيك والديكور والنقل الخارجي وما يتصل بهذه التخصصات.

لقد قدمت التكنولوجيا الحديثة للاتصال والمعلومات تسهيلات غير محدودة لهذا الفريق من العاملين في إنتاج المواد السمعية والبصرية وبخاصة في المحطات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية. ولكي نضرب مثلا على ما تقدمه تكنولوجيا الاتصال من معالجات تقنية تضعها بين يدي هذا الفريق، يكفي أن نذكر إمكانية التصوير ذي الأبعاد الثلاثة Holography الذي استخدمت تقنيته محطة CNN الأمريكية أول مرة في الحملة الانتخابية للولايات المتحدة عام 2008، عندما أجرى مقدم نشرة الأخبار من استوديو الأخبار في مقر المحطة حوارا مع مراسلة المحطة داخل الاستوديو باستخدام هذه التقنية، بحيث ظهرت المراسلة على هيئة صورة مجسمة ثلاثية الأبعاد وهي تقف أمام مقدم الأخبار بالصوت والصورة (الشكل 6)، على الرغم من أنها في حقيقة الأمر كانت ترد على أسئلته من مدينة شيكاغو الأمريكية على بعد ستة آلاف كيلومتر من الاستوديو الذي كان يتحدث منه المقدم[1].

---

[1] شاهد المقابلة التلفزيونية مع مراسلة CNN كاملة على موقع youtube على الرابط التالي:
http://www.youtube.com/watch?v=thOxW19vsTg



الشكل (6) مراسلة محطة CNN

تتحاور مع مقدم الأخبار وكأنها داخل الاستوديو

http://www.youtube.com/watch?v=thOxW19vsTg

هذه التقنية صارت تستخدم الآن في العديد من المحلات التجارية الكبرى وفي المطارات الدولية من خلال وضع صورة مجسمة ثلاثية الأبعاد لموظفة تستقبلك وتقدم لك بعض الإرشادات، إلا أن الموظفة التي تراها هي موظفة افتراضية ليست موجودة في الواقع، جرى تصويرها وفق هذه التقنية، وأعيد عرض الصورة المسجلة برفقة الصوت لتتجسد الموظفة في هذه الهيئة أمامك كأنها حقيقة ناطقة.

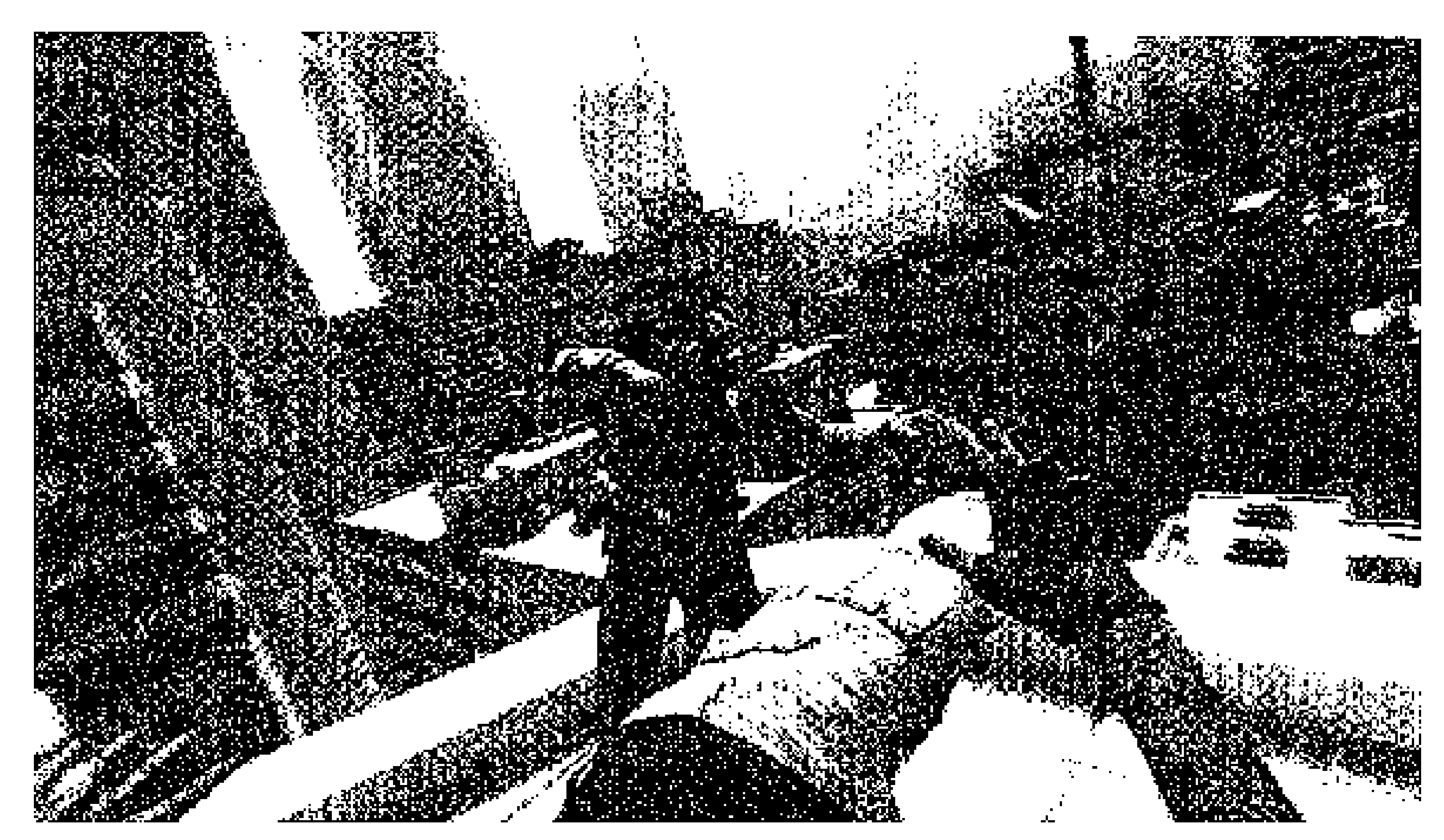
ويمكن الإشارة هنا أيضا إلى تقنيات وتطبيقات أخرى كإمكانية طباعة الكلام المنطوق، والماسحات الضوئية للنصوص المراد نطقها، وتحويل النصوص المكتوبة إلى ملفات صوتية، وبرامج معالجة الصورة الثابتة والمتحركة، وإعادة تشكيلها وإضافة أو حذف أشخاص أو أجسام منها، إلى غير ذلك. بل إن تكنولوجيا الحاسوب وما تبعها من فنون الكرافيك والمكياج صارت تقدم معالجات متقدمة على صعيد التصوير والإضاءة واللون والحركة وصنع الخلفيات التعبيرية والديكور،

والتحكم بالصوت، ودمج كل ذلك في بيئة افتراضية متكاملة تقترب كثيرا من الواقع الفعلي. لقد مكن وجود مثل هذه التقنيات المتقدمة منذ نهاية عقد الثمانينات من القرن الماضي والمراحل التي أعقبت ذلك، من إنتاج العديد من الأفلام والبرمجيات والألعاب الإلكترونية، التي صارت تشكل مصدرا مهما من مصادر التعليم الإلكتروني، فضلا عن استخداماتها الحياتية الأخرى كالإعلانات التجارية والدعاية السياسية وغيرها.

لقد أصبح بمقدور أولادنا أن يتابعوا بشغف كبير فلما روائيا حافلا بالشخصيات والأحداث والمشاعر، وأن يقوموا بمحاكاتها أمام شاشة الحاسوب أو جهاز التلفزيون، وهي لا تتعدى كونها واقعا افتراضيا صنعته عقول ومهارات عالية لنخبة من العاملين في هذا الفريق وغيره باستخدام التقنيات التي أشرنا إليها وغيرها كثير. بل إنهم يقومون بالتحكم بحركة الممثلين الافتراضيين أو اللاعبين في لعبة لكرة القدم، أو يحركون بحماس الأشخاص والأشجار والدمى كيفما يشاؤون في لعبة إلكترونية.

لقد انتشرت هذه التطبيقات بصورة خاصة في ألعاب الأطفال والبرمجيات التعليمية التي تزدحم بها شاشات الحاسوب ومواقع الإنترنت فضلا عن الهواتف الذكية والأجهزة المستقلة التي يشغلها الطفل بقليل من المهارة كأجهزة PSP ذات الشاشات الصغيرة، و Play station بشاشات مختلفة الحجم تشبه شاشة التلفزيون، وأجهزة X box التفاعلية التي يستطيع الطفل أمامها من تحريك الصورة بحركة من يده، وتوجيهها بصوته دون الحاجة إلى الطرق التقليدية التي اعتدنا عليها في تشغيل الأجهزة. هذا فيما عدا ما انتشر من استخدامات الحاسوب والإنترنت ووسائطها المتعددة (الصوت والنص والصورة الثابتة والمتحركة) بصورة تفاعلية تستحوذ على اهتمام المستخدمين من مختلف الأعمار والتوجهات، ومنهم فاقدو السمع أو البصر وأنواع العوق الأخرى.

هذا النوع من التطبيقات الإلكترونية لم يعد يقتصر على تطبيقات المحاكاة التي يستفاد منها لأغراض العروض التقديمية للمشروعات، على سبيل المثال، بصورتها الافتراضية ثلاثية الأبعاد فقط، أو عرض الإعلانات التجارية في المحال التجارية الكبرى، والتحكم بها أثناء العرض، إنما توسعت منذ سنوات بصورة ملفتة للنظر على شكل ألعاب إلكترونية وحكايات وعروض علمية ومباريات رياضية وغير ذلك بصورة اجتياح واسع لأسواق العالم التجارية (الشكل 7). وصارت هذه الظاهرة تحقق لمنتجيها أرباحا خيالية، مما يستدعي التأمل والمراجعة على المستوى الثقافي والاجتماعي، وهو ما سنعرض له في الفصل اللاحق من هذا الكتاب.



الشكل (7) تحريك الشخوص باليد عن بعد في ألعاب الأطفال

http://www.guardian.co.uk/technology/gamesblog/gallery/2009/jul/31/games-playstation

وفيما يتعلق بالنقل الخارجي ومتطلباته الفنية فقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال إمكانات متقدمة لنقل الأحداث الساخنة والمباريات والاحتفالات الجماهيرية باستخدام سيارات النقل الخارجي التي تعد استوديو تلفزيونيا متكامل المعدات ويعمل فيه فريق من المختصين بالصوت والصورة وهندسة الاتصال لإيصال إشارة الصوت والصورة عبر طبق إرسال إلى أقرب برج اتصالات ليقوم بدوره بإرسال الإشارة

إلى البرج الرئيس للبث (الشكل 8). وتطور ذلك باستخدام محطات البث الأرضي إلى الأقمار الاصطناعية ليصبح البث أكثر استقرارا ووضوحا. ثم تطور ذلك إلى اعتماد جهاز SNG للاتصال المباشر بالصورة والصوت، ثم استخدام منظومة أبراج شبكة الإنترنت، ثم البث عبر الشبكات اللاسلكية المتطورة. وبعد أن كان اختيار موقع عربة النقل الخارجي لوحده، ومد أسلاكها وعمل الاختبارات للبث منها تستغرق ساعة أو ساعتين علاوة على صعوبة حركتها وما يتطلبها ربط معداتها من جهد كبير، صارت عملية تهيئة معدات النقل الخارجي لا تستغرق غير دقائـــق معـــدودة لتنقل الصـــوت والصـــورة من موقـــع الحدث إلى جهاز الاستقبال – التلفزيون أو الحاسوب أو الهاتف الذكي – للمستخدم.



الشكل (8) عربة النقل التلفزيوني الخارجي

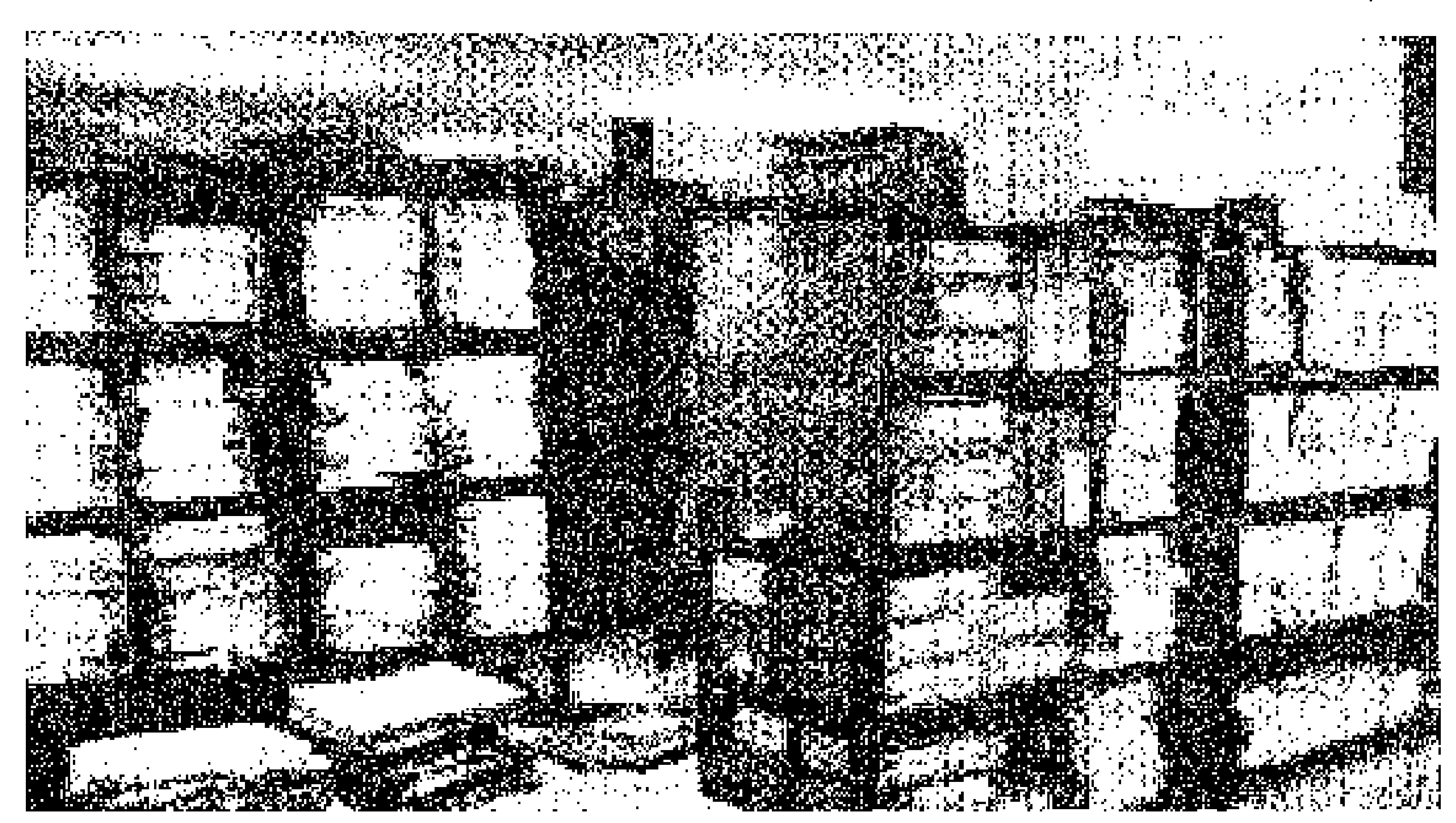
http://vb.almahdyoon.org/showthread.php?t=12448

إن ذلك كله وغيره من الإمكانات المستحدثة من شأنه أن يضيف طاقة هائلة لجهود هذا الفريق لتقديم أعمال تتخطى في قدراتها التقنية جميع ما سبق إنتاجه في

العصور الماضية، وتكون في نهاية الأمر قادرة على التأثير في جمهورهم بالاتجاه المطلوب. إنها إمكانات لم تكن حتى وقت قريب غير ضرب من ضروب المستحيل، لولا تكنولوجيا الاتصال المعاصرة.

- **الموثقون:** وتضم هذه الفئة جميع العاملين في تصنيف المعلومات وخزنها واسترجاعها في المؤسسات الإعلامية، والذين يتحملون مسؤولية المحافظة على الوثائق الورقية والصوتية والصورية بأشكالها وأوعيتها المختلفة، وتنظيم الاستفادة منها وفق أصول وقواعد معتمدة.

لقد مر هذا النمط من العمل بمراحل عديدة انتقلت من التوثيق التقليدي الذي اعتمد الحفظ الورقي وخزن الأشرطة والوثائق السلكية والاسطوانات وملفات الصور الورقية، وعلى الرقائق والأشرطة الجلاتينية، ثم أشرطة الفيديو وما إليها مما كان يتطلب مساحات خزنية واسعة ومكتبات يشرف عليها فريق من العاملين لتنظيم الإفادة منها (الشكل 9).



الشكل (9) الأرشيف التقليدي للصحف

http://hibarif.com/details-380.html

وتعد مثل هذه المكتبات ومراكز التوثيق في المؤسسات الإعلامية ذاكرة هذه المؤسسات، والتي يستعين بها الكتّاب والمحررون بصورة دائمة في إعداد المعلومات الإضافية لإغناء الأخبار وتزويد معدي البرامج وكتاب الصحف بما يحتاجونه منها. وفي البث الإذاعي والتلفزيوني يقوم موظفو مكتبة المواد السمعية والمرئية بنقل الأشرطة باستمرار إلى استوديوهات البث ثم إعادتها بعد الانتهاء منها. وهي عملية مرهقة وتتطلب الدقة والمحافظة على هذه الأشرطة من التلف، علاوة على مـــا ينبغـــي توفيـــره من أجهزة ومعدات لمنع تلفها أثناء الخزن (الشكل 10).



الشكل (10) مكتبة الأشرطة الصوتية والأفلام

http://www.vb.eqla3.com/archive/index.php/t-519806.html

لم تعد هناك ضرورة في الوقت الحاضر، لتخصيص قاعات وأماكن واسعة وبدرجات حرارة معينة باستمرار للمحافظة على موجوداتها، وتوفير عدد من العاملين لرعايتها ومتابعة الإفادة منها، إذ إن ملايين المواد الوثائقية، النصية منها

والصوتية والصورية صارت تخزن على ذاكرة الحاسوب ويمكن للمحرر أو المقدم أو المخرج أو غيرهم من فريق العمل في الجريدة أو المحطة أو الموقع الإلكتروني أن يستدعي أية وثيقة من هذه الوثائق بكبسة زر لتكون بين يديه على شاشة جهاز الحاسوب الذي يعمل عليه للإفادة منها. بل إن من الممكن استدعاء المعلومات عن بعد عن طريق شبكة الإنترنت دون إضاعة الوقت، ودون تعريض هذه الوثائق إلى التلف أو الضياع.

لقد أسهم الحاسوب والانترنت في توفير قدرة فائقة على الإفادة من المخزون الكبير من المواد الصحفية والإذاعية والتلفزيونية وتلك التي نحتفظ بها على هواتفنا الذكية واسترجاع ما نشاء منها لحظة الحاجة إليها، مع مزيد من السرعة والدقة والتنظيم في عمل المؤسسة الإعلامية، كما أعطى الفرصة للعاملين لمزيد من الاستفادة من هذه الذاكرة المهمة لعمل المؤسسة الإعلامية. وهكذا صار الصحفي أو المذيع في استوديو البث أو المراسل في موقع الأحداث قادرا على استدعاء ملفات عديدة لمعلومات تاريخية وحديثة كثيرة عن أية شخصية أو قضية تهمه في تلك اللحظة، وأن يختار من هذه المعلومات ما يناسب الوسيلة التي يتعامل معها من حيث الشكل والمضمون والصيغة التي حفظت بها صورة أم صوتا أم نصا.

- **الإداريون:** ويقصد بهم هنا المشرفون الأساسيون على الفعاليات الإعلامية كالمديرين ورؤساء الأقسام والمشرفين على قطاعات العمل المختلفة في المؤسسة الإعلامية.

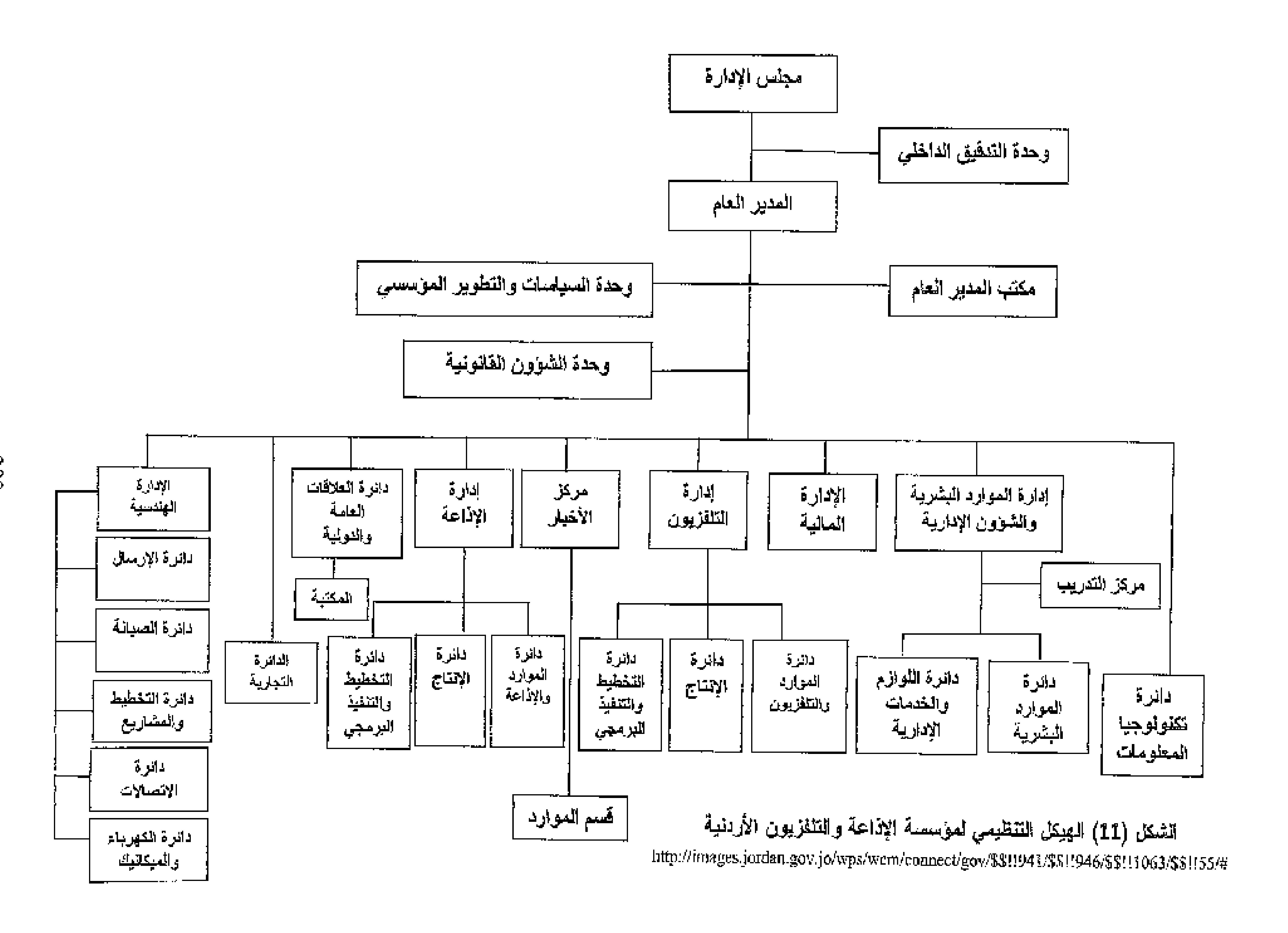
وهنا لا بد من الإشارة إلى أن المؤسسات الإعلامية، وبخاصة منها المؤسسات العامة التي تعنى بجميع شواغل البيئة الاجتماعية بمختلف أنواعها واتجاهاتها، وتتابع متغيراتها ميدانيا على مدار الساعة، هذه المؤسسات تكون ذات طبيعة خاصة تتسم بالحركة الميدانية الدائمة للعاملين. والمؤسسة التي ينطبق عليها هذا الوصف، سواء أكانت صحيفة أم وكالة أنباء أم محطة إذاعية أم تلفزيونية أم

موقعا إلكترونيا، تتعامل بصورة مباشرة ويومية مع فئات اجتماعية بالغة التنوع والتباين، لا يعمل أفرادها داخل المؤسسة الإعلامية، وليس للمؤسسة سلطة على قرارهم بالتعاون معها، لكنهم في الوقت نفسه يشكلون مادة هذه المؤسسة ومعين أخبارها وتقاريرها وبرامجها.

من جانب آخر فإن من الواضح أن المؤسسة الإعلامية تتعامل مع متغيرات الواقع اليومي وحركة أحداثه أولا بأول، من مرحلة التوقع لما يمكن أن يحدث، مرورا بمتابعة مجريات الحدث وتفاصيله، ثم ملاحقة تفاعلاته وتأثيراته اللاحقة وآراء المعنيين فيه وتعليقاتهم حوله. وهو أمر لا يتعلق بالشؤون السياسية أو الاقتصادية أو الرياضية حسب، إنما يتصل بجميع تفاصيل الحياة اليومية واهتمامات الجمهور. ومن هنا فإن إدارة المؤسسة الإعلامي تكاد تكون مستنفرة على الدوام لتكون قادرة على التكييف مع المفاجآت أيا كانت، وإلا ستكون متأخرة عن غيرها من المؤسسات المشابهة في ملاحقة الأحداث، مما يدفع جمهورها إلى البحث عن محطة أخرى تلبي حاجته، وهو ما قد يعني تحول أنظار شركات الإعلان عن هذه المؤسسة، وفي ذلك خسارة للمحطة قد يصعب تعويضها بعد ذلك.

مثل هذا الواقع في العمل الإداري للمؤسسة الإعلامية يتطلب التغيير الدائم للهيكل الإداري. بل يتطلب في كثير من الأحيان إلغاء أقسام إدارية واستحداث أخرى تبعا لمتغيرات الأحـــداث واتجاهـــات العمل اليومي للمؤسسة. في الشكل رقم (11) نموذج للهيكل الإداري لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

من هنا فإن إدارة مثل هذه المؤسسات تكون دائما بحاجة إلى توفر نمط من الاتصال السريع والفاعل، والذي يتمتع بقدرة عالية على الحركة داخل المؤسسة وخارجها بمرونة عالية لضمان استمرار تدفق الأخبار والمادة الصوتية والصورية الخام التي تجعل من صناعة المادة الصحفية المثيرة أو البرنامج الذي يشد الجمهور أمرا ممكنا.



الشكل (11) الهيكل التنظيمي لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية
http://images.jordan.gov.jo/wps/wcm/connect/gov/$$!!941/$$!!946/$$!!1063/$$!!55#

وفي هذا الصدد استطاعت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات توفير مثل هذا النمط من التواصل الذي يمكّن الإدارة العليا والمفصلية في الصحيفة الإلكترونية والمحطة الإذاعية أو التلفزيونية وغيرها، من التواصل مع العاملين الميدانيين حتى خارج الحدود الإقليمية لمقرها لحظة بلحظة بما يؤمن الاستجابة لطلباتها حسب تطورات كل موقف، ومساعدتها على اتخاذ قراراتها ميدانيا دون إبطاء. وتؤدي الهواتف الذكية، والخطوط الساخنة المرتبطة بأجهزة التسجيل والبث، واللاقطات الصوتية اللاسلكية، وبرامج الحوار بالصورة والصوت، وبرامج تتبع المشتركين على شبكات الهواتف المحمولة، فضلا عن أنظمة المعلومات الإدارية وقواعد البيانات وغيرها، دورا أساسيا في تسهيل عمل إدارة المؤسسة الإعلامية وأدائها لمهماتها المتشعبة.

- **الباحثون**: وهم كل من تستعين به المؤسسة الإعلامية في التخطيط لنشاطها وتنظيم الدورات البرامجية فيها، أو برمجة فعالياتها طبقا لأهداف المؤسسة ومواردها البشرية والمادية، وكذلك المعنيون بمتابعة أدائها وتقويمه، واقتراح التحسينات المطلوبة عليه بصورة دورية سعيا وراء تطوير اتجاهات العمل وأساليبه.

لقد تعاظم دور البحث العلمي في تقويم أداء المؤسسات الإعلامية قياس مدى قدرتها على إرضاء الجمهور وتحقيق أهدافها في هذا الاتجاه بغية الارتقاء بأداء هذه المؤسسات، وبالتالي تحقيق عوائد اقتصادية متنامية، بخاصة إذا كانت من مؤسسات القطاع الخاص. وأصبح معلوما أن المؤسسة الإعلامية التي لا تنتهج هذا النهج في قياس الرأي العام ستجد نفسها في وقت من الأوقات معزولة عن تطلعات جمهورها وما يطرأ على هذه التطلعات من تغيرات تحتمها الأوضاع والضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة. والسؤال المطروح هو ماذا تقدم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لهذه الفئة من الإعلاميين من تسهيلات للقيام بعملهم على أكمل صورة.

إن الإفادة من تجارب الآخرين في معرفة أين تقف المؤسسة الإعلامية بين قريناتها في المنطقة والعالم يمكن أن تتحقق من خلال ما تتيحه شبكة الإنترنت من معلومات تفصيلية عن النشاط الصحفي والإذاعي والتلفزيوني، وكذلك نشاط المواقع الإلكترونية، وهو يشكل المادة الأساسية التي يستعين بها أعضاء هذا الفريق في تطوير عمل المؤسسة والعاملين فيها. إن الدورات الإذاعية والتلفزيونية، وما تنشره أغلب صحف العالم، أو تتناوله المواقع الإلكترونية على الإنترنت هو ملك مشاع لمن يرغب في الاطلاع. هذا فضلا عن الدورات التطويرية والبرامج التدريبية التي تعقدها مراكز التدريب الإعلامي التابعة لهذه المؤسسات، والتي يمكن الإفادة منها كذلك في عمليات تطوير خطط المؤسسة ورفع كفاءة العاملين فيها.

أضف إلى ذلك أن البحث العلمي في الميدان الإعلامي يعول كثيرا على استطلاعات الرأي للإجابة عن العديد من التساؤلات التي تواجه العمل اليومي للمؤسسة الإعلامية. ومثل هذه الاستطلاعات تعتمد أدوات بحثية معينة كاستبانة الرأي وتحليل المضمون والمقابلات مع متابعي الصحيفة أو المحطة أو الموقع الإلكتروني، وهو ما يتطلب الوصول إلى الشرائح الواسعة من الناس التي تمثل جمهور هذه المؤسسة الإعلامية أو تلك. وشبكة الانترنت تقدم حلا ذهبيا يسهل هذه المهمة على الباحثين الإعلاميين، ويضمن نجاح تطبيق مثل هذه الأدوات البحثية بصورة أكثر دقة وسرعة وانتشارا.

إن الإعلام ووسائله المبتكرة شأنه شأن بقية حقول النشاط الإنساني، تتراكم فيه الخبرات عبر تقادم السنين وتطوير أساليب العمل. والإعلام العالمي فوق ذلك يعد من الميادين التي تشهد تطورا قياسيا من حيث الدقة والسرعة والانتشار والتأثير. وعلى هذا الأساس فهو بحاجة ماسة إلى بوصلة البحث العلمي لكي توجهه بالاتجاه الصحيح نحو خدمة الجماهير.

- **المعلنون:** يقصد بهذه التسمية العاملون في الشركات الإعلانية التي تعمل من خارج المؤسسة الإعلامية، أو العاملون في أقسام الإعلان داخلها. وهم فريق من تخصصات متعددة تنتج الإعلانات التي تظهر لنا أثناء التصفح على محركات البحث وعلى واجهات المواقع الإلكترونية وبين فقرات البث الإذاعي والتلفزيوني وعبر البريد الإلكتروني ومن خلال الهواتف المحمولة وغيرها.

وتعد الإعلانات عصب التمويل الأساس للمؤسسات الإعلامية في القطاع الخاص، وتتناسب غزارتها في أية محطة إذاعية أو تلفزيونية أو أي موقع إلكتروني طرديا مع انتشار هذه المحطة أو الموقع واتساع دائرة تأثيرها. كما ترتفع نسبتها في المناسبات ودورات الألعاب الرياضية والمسلسلات الدرامية التي تشد الجمهور. ولذلك تتفاوت أسعار نشر الإعلان التجاري عن طريق هذه الوسائل تبعا لما هو متوقع من ارتفاع عدد المشاهدين أو المستخدمين في أوقات محددة، وهو ما اصطلح عليه تسمية "أوقات الذروة".

ويعد موضوع الإعلان التجاري من الموضوعات الأساسية في حقل الإعلام، بسبب أهميته في تعريف الجمهور بما يتوفر في سوق عرض السلع والخدمات والمعلومات. والأهم من ذلك أنه موضوع يتصل باستثمارات كبيرة تتزاحم في سوق تنافسية بين شركات الإعلان التي تقف وراء نجاح أو فشل العديد من المؤسسات الإعلامية على مستوى العالم.

وقد لا يعرف الكثير منا أن شركات الإعلان التجاري قد أثرت في اتجاهات البحث العلمي في أواسط القرن الماضي نحو الكشف عن كثير من عوامل التأثير على مستخدمي وسائل الاتصال، وكيفية إثارة اهتماماتهم وتوجيهها نحو إشعارهم بالحاجة لما يعرض في السوق من سلع وخدمات ومعلومات، والتنافس للحصول عليها. لقد تطلب ذلك توظيف خبرات عدد كبير من الباحثين في علم النفس وعلم

الاجتماع والفنون التشكيلية بصورة خاصة لدراسة النوازع الإنسانية وحاجات الأفراد بفئاتهم المختلفة، ودور النص والصوت والصورة في إثارة انتباه الجمهور ثم اهتمامهم، ثم تبنيهم للأفكار التي يطرحها الإعلان بصورة متكررة، لتحريك هذه النوازع وتوجيهها نحو تحقيق أعلى إثارة ممكنة للجمهور، وبالتالي إقناعه بضرورة الإسراع إلى اقتناء ما يدفعه الإعلان إلى اقتنائه.

لقد انعكس ذلك كله على تطور فن الإعلان التجاري الذي يستخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويوظف الوسائط المتعددة بصورة تفاعلية بالغة التشويق بالموازاة مع تطور خصائص وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة وقدرتها على الوصول إلى المستخدم بأسرع وقت وعلى أوسع نطاق. وقد تأسست بناء على ذلك شركات ما قبل الإعلان وما بعده، تساعدك على برمجة حملتك الإعلانية، وترتب لك كيفية الوصول إلى العدد الذي ترغب فيه من أفراد الجمهور الذي تريد والوسيلة التي تختار، ومتابعة انتشار إعلاناتك عبر المحطات والمواقع الإلكترونية أولا بأول، وتزودك بإحصاءات دورية على مدار اليوم عن عدد الرسائل النصية التي جرى تسلمها، وعدد رسائل البريد الإلكتروني التي وصلت لمستخدمي محرك yahoo أو hotmail أو غيرهما، وما تم نشره من نسخ الإعلان النصي أو الصوتي أو الصوري في محطات الإذاعة والتلفزيون وعلى مواقع التواصل الاجتماعي مثل facebook أو twitter وغيرهما.

هكذا وجد المعلنون فرصتهم الذهبية في تحقيق التواصل مع أوسع جمهور ممكن من خلال التقنية الرقمية بصور عديدة عن طريق مثل هذه المكاتب والشركات التي لا تقوم بإنتاج الإعلان وإنما بتتبع انتشاره وتأثيراته. ولا شك أننا جميعا نتسلم على هواتفنا المحمولة رسائل إعلانية عديدة، وكذلك على بريدنا الإلكتروني، وعندما نبحث عن معلومة ما على الإنترنت. وحين تتعبنا كثرة الإعلانات التي لا تثير اهتمامنا فنلجأ إلى الاسترخاء أمام شاشة التلفزيون،

ستواجهنا الإعلانات مرة أخرى بوسائل أخرى وطرائق مبتكرة جديدة علها تفلح في إثارة اهتمامنا، باستخدام تقنية رقمية أكثر إدهاشا[1].

اشتراطات الإعلام الرقمي:

إن من الواضح أن الوسيلة الإلكترونية الحديثة قد فرضت بخصائصها وإمكاناتها المتطورة واقعا جديدا يلقي بظلاله على محتوى الرسالة وطريقة عرضها، بصورة أصبحت معها الرسالة منقادة، أو محكومة في الأقل، من قبل الوسيلة وقدراتها السحرية التي خطفت أبصار الجمهور بما تمتلكه من قدرات العرض المبهر على حساب عمق المضمون. ولو أجرينا تحليلا معمقا لآلاف الرسائل الصوتية والصورية التي نتلقاها يوميا وننشغل بها حدّ أن تهيمن على مزاجنا وتفكيرنا وحواراتنا، لوجدنا أننا كنا نتعرض لرسائل ينقصها العمق، ومحتوى استعراضي قدمته لنا التكنلولوجيا على نحو مفعم بعناصر الإثارة والتشويق، التي تداعب مشاعرنا في اللحظة، لكنها لا تلبث أن تتبخر دون أن تترك أثرا في عمق وعينا وتفكيرنا. وخطورة الأمر هنا تكمن في التكرار المتنوع العرض لهذا المحتوى بما يقودنا شيئا فشيئا إلى تقبل المحتوى السطحي لما نلتقطه من هذه الرسائل، والاندماج مع التفكير الجمعي الذي يمثل ما هو سائد من انطباعات تولدت واستقرت بعد التعرض المتكرر لها عبر زمن طويل.

ونحن هنا لسنا في معرض تحليل هذه الظاهرة التي تشغل الأوساط الإعلامية، وبخاصة في ظل التدفق الإعلامي الغربي باتجاه واحد نحو بلادنا العربية، وفي ظل انفراد الآلة الإعلامية الغربية المتقدمة تكنولوجيا في الساحة الإعلامية وتحكمها باتجاهاتها ومضامينها، فلربما نوفق إلى تناول ذلك في مؤلف لاحق بإذن الله، لكن ما يهمنا منها الآن هو الاشتراطات الجديدة التي تضعها التكنولوجيا الإلكترونية في حقل الاتصال والإعلام على العاملين في هذا الحقل عموما.

---

[1] للاطلاع على نماذج مختارة من الإعلانات الإبداعية وكيفية استخدام التقنية الإلكترونية المتقدمة في إنتاجها، أنظر الرابط التالي: http://www.youtube.com/watch?v=z2QDbG9jcR0

ومن خلال الاستعراض السريع الذي تضمنه هذا الفصل لعناوين أبرز العاملين في وسائل الإعلام الرقمي اليوم، وبعض ما قدمته تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لكل فئة منهم من تسهيلات وإمكانات متطورة، يتضح أن لهذه الوسائل بالمقابل متطلبات جديدة، واشتراطات لابد من توفرها لدى العاملين، لكي يستطيعوا تحقيق ما يرجونه من نجاح. وهو أمر طبيعي تفرضه طبيعة التقنية الجديدة التي صاروا يتعاملون معها، ذلك أن الكاتب أو المخرج أو المصمم كان دائما متكيفا مع مستحدثات التقنية الاتصالية في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والمسرح بغية المحافظة على قدرته في توجيه خطابه عبر وسائل من طبيعتها التطور الدائم الذي لا يعرف السكون. وعلى هذا الأساس فإن ما يتفق عليه الباحثون أن الأفكار المبدعة والخيال الخصب الذي يتمتع به الكاتب أو الفنان صارت محكومة بمدى قدرته على استخدام أدوات التعبير الجديدة للكشف عنها ونشرها. فكاتب المقالة في الصحيفة الإلكترونية لا يستطيع الانتشار وتحقيق النجاح المطلوب، والتفاعل مع جمهوره متعدد الجنسيات بدون معرفة كيفية توظيف الوسائط المتعددة لصالح ما يكتب بوصفها أدوات تعبيرية وليست أدوات عرض فقط. بمعنى آخر فإن الكاتب هنا صار معنيا بالشكل وتقنياته مثلما هو معني بعمق المضمون وبلاغة النص الذي يكتبه. وفوق ذلك فإن الكاتب معني أيضا باكتساب المهارات التي تحقق له هذه الغاية. والحال ينطبق على كاتب سيناريو الفلم الوثائقي ومخرج نشرة الأخبار، ومصمم الموقع الإلكتروني وغيرهم، فجميعهم بحاجة إلى إتقان مهارات استخدام التكنولوجيا الحديثة للتعبير عن أفكارهم بشكل مؤثر في الجمهور. وإذا كان الوضع القائم الآن ما يزال يمنح لمن لا يتقن هذه المهارات مساحة ما من النسيج الإعلامي، فإن المؤشرات تدل على أن هذا الوضع لن يدوم طويلا. وكما يعاني الطبيب والمهندس وأستاذ الجامعة التقليدي من محاصرة التكنولوجيا له داخل حدود تضيق تدريجيا، فإن رجل الإعلام الناجح ليس له إلا الرضوخ إلى اشتراطات التكنولوجيا الجديدة إذا أراد المحافظة على المستوى الذي حققه من النجاح.

أسئلة الفصل السادس

1) ما أبرز التقنيات التي أوجدتها التكنولوجيا الحديثة في حقل الاتصال؟
2) ما الفئات التي يحتاجها الإعلام الرقمي من العاملين في المؤسسات الإعلامية؟
3) كيف يستفيد الكتاب من التقنيات الجديدة في تطوير محتوى ما يكتبونه للمؤسسات الإعلامية؟
4) لماذا يشترط بالمخرج وكاتب السيناريو وزملائهم في العمل أن يتقنوا مهارات العمل على التقنيات الرقمية؟
5) هل يفترض بالقيادات الإدارية لأية مؤسسة إعلامية أن يتدربوا على توظيف التكنولوجيا الحديثة في عملهم؟ لماذا؟
6) ما الذي يميز المؤسسة الإعلامية عن غيرها من حيث طبيعتها الإدارية؟
7) عدد بعض المزايا التي تقدمها التكنولوجيا الرقمية في مجال التقنيات الصوتية والصورية التي يستفيد منها العاملون في حقل صناعة الأفلام.
8) ما هدف الإعلان التجاري؟ وكيف احتل موقع الصدارة في التأثير في توجهات العمل في المؤسسات الإعلامية الخاصة؟
9) كيف يتأثر عمل الباحثين في ميدان الإعلام بالتطورات التكنولوجي في هذا الميدان؟
10) لماذا يتصور البعض أن المساحة المتاحة للعاملين التقليديين في الحقل الإلعامي تضيق بهم يوما بعد آخر؟ وهل تتفق معهم في ذلك؟ ولماذا؟
11) هل من الضروري أن يكون المذيع على دراية باستخدام مواقع التواصل الرقمي؟ ولماذا؟
12) ماذا نقصد بتكنولوجيا التصوير المجسم Holography ؟ وما تطبيقاته في حقل الإعلام؟

13) إلى أي مدى أنت تتفق مع القول بأن الوسيلة الحديثة تفـرض شـروطها على الرسالة التي يوجهها الإعلام إلى الجمهور؟ وضح إجابتـك بالأدلـة المقنعة.

الفصل السابع

الواقع الإعلامي في العصر الرقمي

يتوقع من القارئ الكريم أن يكون قادرا بعد قراءة هذا الفصل على أن:

1) يقوّم أهمية دور الوسيلة مقارنة بعناصر عملية الاتصال الأخرى.
2) يوضح الاختلاف الذي حصل في المفاهيم الإعلامية التقليدية بسبب التقدم الذي فرضته التكنولوجيا الحديثة.
3) يبين الاتجاهات الحديثة التي سادت في الساحة الإعلامية في استخدام وسائل الاتصال، والأغراض التي تستخدم لأجلها.
4) يعطي صورة دقيقة عن كيفية حصول المتلقين على الأخبار في الوقت الحاضر.
5) يوضح أسباب عدم انتشار الإنترنت في بعض بلدان العالم حتى الآن.
6) يذكر أهم الظواهر السائدة في المشهد الإعلامي الحديث.
7) يقارن بين وسائل الرقابة وأدواتها على وسائل الإعلام قديما وحديثا.
8) يبين كيفية تأثر المجتمعات النامية سلبا بنواتج التكنولوجيا الرقمية في حقل الإعلام والمعلومات.
9) يوضح أسباب التخوف لدى المربين من اتساع ظاهرة تداول الأخبار والاهتمامات الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي.
10) يوضح نظرية التنافر المعرفي مبينا تطبيقاتها في حقل الإعلام والمعلومات.
11) يتحدث عن كيفية استخدام القوى العظمى للأعلام في السيطرة على الشعوب.
12) يوضح منطلقات التربية الإعلامية وأهدافها، وأساليب تطبيقها.

الفصل السابع

الواقع الإعلامي في العصر الرقمي

هذا الفصل:

بعد أن اطلعنا في الفصول السابقة على السمات الأساسية للبيئة الاتصالية الجديدة، وما قدمته تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من تحسينات للإمكانات التقنية لوسائل الاتصال التي كانت مهيمنة قبل ذلك، والإمكانات الاتصالية المبتكرة التي اعتمدت بالكامل على تقنية الحاسوب والإنترنت، يصبح من الضروري الحديث بعد ذلك عن ما أحدثه هذا التطور التقني الكبير من تحولات في البيئة الاتصالية عموما، والبيئة الإعلامية على وجه الخصوص، وما يتسم به الواقع الإعلامي اليوم في ظل التقنية الرقمية. ولتسهيل تناول هذا الموضوع على الدارسين، سنتناول في هذا الفصل بعض ملامح الواقع الإعلامي الجديد، ثم نتناول قضايا الإعلام الأساسية التي تشكل مناطق فحص للواقع الإعلامي، على شكل ثنائيات تسهل المقارنة، لنستنتج من خلال قراءتها سمات هذا الواقع واتجاهاته.

أرجحية الوسيلة على عناصر الاتصال الأخرى:

وقبل استعراض هذه القضايا والظواهر في وضعها الراهن، لا بد من الإشارة إلى مدخل عام لعملية الفحص التي نحاول إجراءها، وهو حقيقة أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، بما أنتجته من ابتكارات متلاحقة عبر العقود الستة الماضية قد فرضت واقعا تسيدت فيه وسيلة الاتصال الحديثة، بما تسلحت به من وسائط متعددة وتفاعلية وفائقة، وسرعة في الانتشار، وقدرة على الوصول إلى المتلقي أيا كان وفي أي وقت كان، على الرسالة التي يسعى المرسل إلى إيصالها إلى الجمهور. لقد أصبحت الوسيلة بما امتلكته من هذه القدرات أكثر رجحانا بين عناصر عملية الاتصال الأخرى، إذ إنها من خلال فرضها لشروطها التقنية، صارت هي التي تتحكم في كثير من الأحيان بطبيعة الخطاب الذي تنتجه، وأصبح

المرسل ملزما بالانصياع لاشتراطات الوسيلة وتقنيتها عندما يصمم خطابه وعندما ينتجه. بل إن نجاح المرسل في تحقيق أهدافه صارت تقرره إمكانيته في توظيف خصائص الوسيلة وإمكاناتها لصالحه، ومدى ما يمتلكه من مهارات عملية في هذا السياق.

إن التكنولوجيا الجديدة على رأي "ماكلوهان" قد عدلت جذريا الأسلوب الذي يستخدم به الناس حواسهم الخمس، وكذلك الطريقة التي يستجيب فيها الناس إلى الأشياء[1]. وعليه فإن مضمون الرسالة يتأثر كثيرا بالكيفية التي يعرض بها هذا المضمون، وبتراكم التقدم الحاصل في قدرات الوسيلة، يصبح المضمون أسير تقنيتها وطريقتها في العرض.

إن نظرة سريعة لما يفرزه الواقع الإعلامي اليوم تكشف أن كثيرا من القناعات الراسخة لدى الجمهور بخصوص شؤون حياتهم وأولويات اهتماماتهم، وكذا رغباتهم واتجاهاتهم، قد سادت بسبب الاستخدام المقتدر أو المحترف لعناصر التكنولوجيا الحديثة، وليس بسبب جودة الأفكار السائدة أو أهميتها الحقيقية. لقد امتلكت التكنولوجيا الحديثة وسائلها الكافية لتسويق الأفكار وترويجها، وفق أساليب تتسم بالواقعية الشديدة والتشويق العالي بما يفضي، بالتكرار وبتعدد طرق التناول والعرض، إلى تغيير القناعات أو حرفها عن مساراتها المعهودة.

وإذا كنا قد اعتدنا قبل ظهور التقنية الرقمية على وسائل تكشف لنا الغاطس من الحقائق، فإن ما حققته هذه التقنية في العصر الرقمي هو القدرة على إيهامنا بأن ما تصنعه من عوالم افتراضية إنما هو الحقائق التي ينبغي علينا تصديقها. بمعنى آخر فإن التكنولوجيا الجديدة أصبحت قادرة على صنع حقائقها الخاصة، وترويجها بمستوى من الإبهار يخطف أبصار قطاعات واسعة من الجمهور، ومن شأنه أن يقود إلى صنع الأحداث وليس متابعتها فقط بعد حدوثها. وليس أدل على ذلك مما

---

[1] لمزيد من التفاصيل، راجع الرابط التالي: http://msila-infocom.forume.biz/t17-topic

يجري في بلداننا العربية اليوم من تغييرات تهز أركان مجتمعنا وتتحدى قيمه وتمس عمق الوعي السائد فيه منذ قرون.

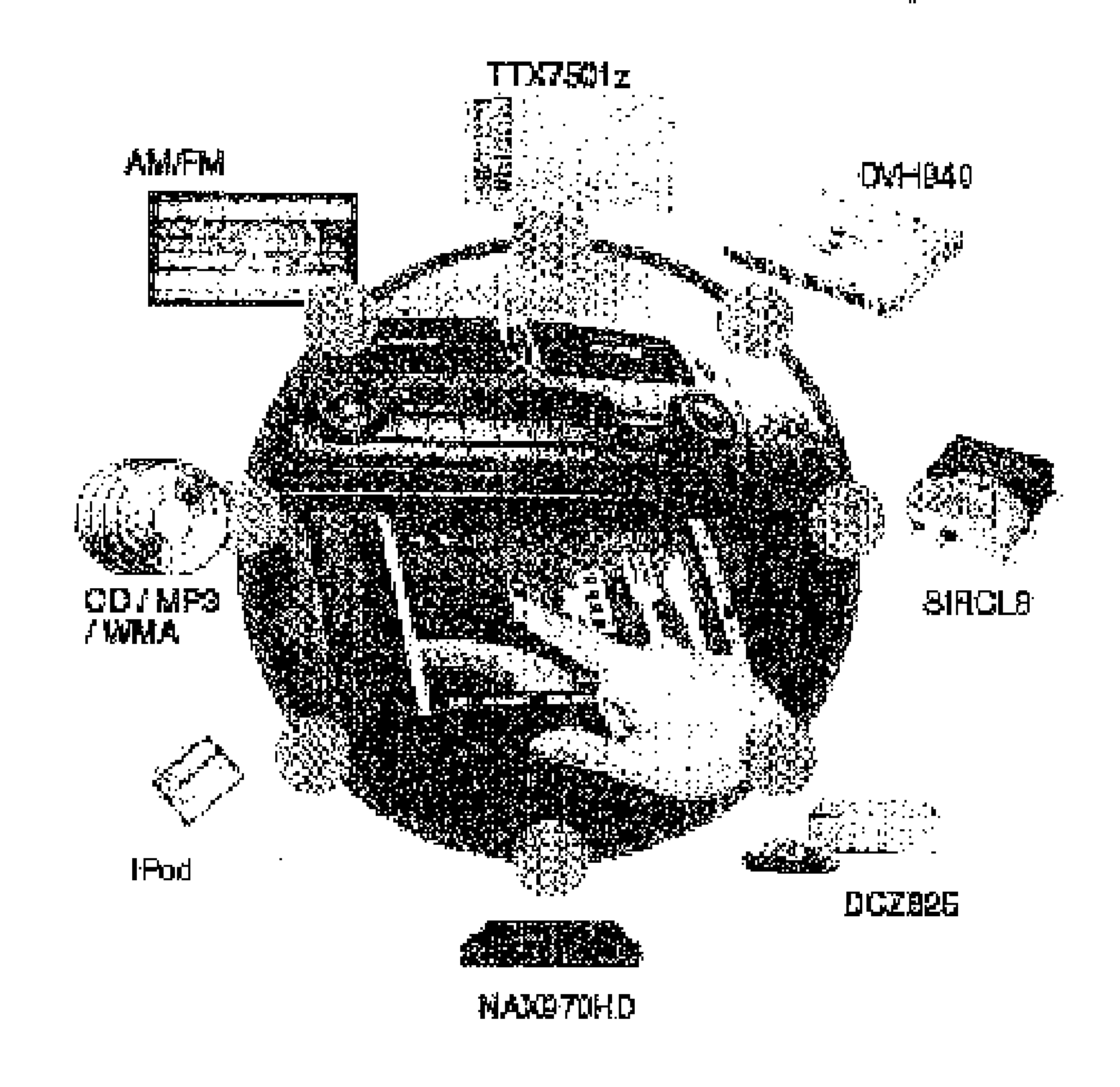
أما على المستوى الفردي فإن توظيف تكنولوجيا الاتصال صار يسهم إلى حد كبير في صنع واجهات وعناوين لمؤسسات وأفراد لا يمتلكون مؤهلات كافية للانتشار، فكم من شخصية سياسية أو فكرية أو اجتماعية ظهرت فجأة إلى السطح واستحوذت بفعل الترويج الإعلامي وقدراته الجديدة على اهتمام الناس دون أن تمتلك أدنى مقومات لذلك. بل كم استطاعت الوسائل الحديثة أن تقنع الجمهور بما يتقاطع حتى مع حقائق المنطق والتاريخ مبهورين بالتكنولوجيا وقدرتها على الإدهاش. ولنا فيما يدور حولنا في أقطارنا العربية من أحداث جسيمة هي، بكل المقاييس، غريبة عن طبيعة النمو التاريخي والحضاري لمجتمعاتنا، ودخيلة على منظوماته القيمية والأخلاقية وحتى معتقداته الدينية.

إن الأكثر خطورة من كل هذا هو انتشار ظاهرة باتت تعرف بظاهرة "التنزه بين المحطات" حين يتنقل مشاهد التلفزيون أو متصفح المواقع الإلكترونية بين محطاته ومواقعه المفضلة ليتابع خبر مذبحة حصلت في هذه المدينة أو تلك القرية العربية ويتعرف تفاصيلها، مقارنا بين ما تعرضه هذه المحطة مع ذلك الموقع دون أن تهز هذه الأخبار عمق وجدانه. لقد أصبح هذا الجيل أمام تقنية تقدم له تفاصيل جرائم العصر وحروبه الشرسة دون أن تهزه مشاهد القتل والدمار المروع، فقد قدمت لنا التكنولوجيا أنماطا متقدمة لإلغاء وعينا وتحجيم ردود أفعالنا تجاه ما يحدث حولنا من تدمير للقيم وهدم للمجتمعات.

وتأتي التطورات المتأخرة التي شهدتها التكنولوجيا الرقمية، والتي انتقلت بمهمة وسائل الاتصال من إيصال الرسالة باتجاه واحد إلى المتلقي، إلى بيئة تفاعلية يتلقى فيها المرسل تغذية راجعة فورية، لتجعل من العملية الإعلامية ميدانا ديناميكيا يحفل بالحركة النشطة التي لا تتوقف. يضاف إلى ذلك تعدد الوسائط وتآزرها في

أداء مهمتها في تفعيل هذا النشاط، بصورة تبدو معها وسائل الاتصال وكأنها أواني مستطرقة تنفتح فيها أوعية المعلومات على بعضها بما يزيد المشهد تنوعا وثراء وتشعبا وإثارة، لكنه من ناحية أخرى يزيد الجمهور بعثرة وتشتتا، وربما ضياعا.

واستنادا لما سبق، فإن وسيلة الاتصال الحديثة، بأشكالها واستخدامها للوسائط المتعددة، وبما صارت تمتلكه من إمكانات وقدرة على التأثير، باتت العنصر الأكثر رجحانا بين عناصر عملية الاتصال – المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، بيئة الاتصال، التغذية الراجعة[1] – والأكثر تأثيرا في توجيه عمليات الاتصال وقيادتها، بل الأكثر خطورة في توجيه اهتماماتنا وقناعاتنا وبرمجة طرائق تفكيرنا.



الشكل (1) تكنولوجيا الوسائط المتعددة

http://barieq.com/services.php

---

[1] أنظر مخطط عناصر الاتصال في الفصل الأول من الكتاب.

الانقلاب على مفاهيم الاتصال التقليدية:

إن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة قد غيرت مفاهيمنا السائدة بشأن تسميات أنماط التواصل الذي تحققه وسيلة الاتصال مع الجمهور. فقد اعتدنا أن نميز بين "الاتصال المباشر" و"الاتصال غير المباشر" مثلا بوصفهما تعبيرين عن وجــود أو غيــاب الحواجــز بين المرســل والمستقبل. أما اليوم فإن التواصل عبر برنامج Skype مثلا أو Paltalk أو Messenger أو Tango أو أي برنامج آخر يجمع بالصـــورة والصـــوت بين المرسل والمستقبل في حوار متزامن، قد أزال الفرق بين الاثنيــن إلى حد كبــير، فأصبح الاتصال المتحقق مباشرا وغير مباشر في آن.

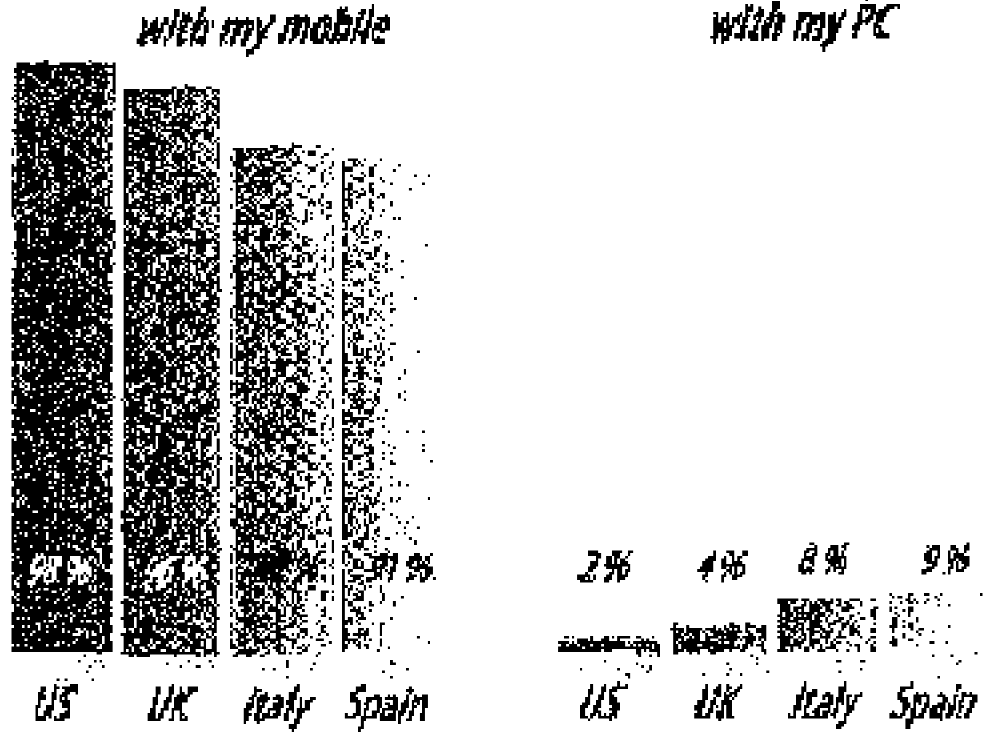
وكذا الحال مع تعبيري "الاتصال الجماعي" و"الاتصال الفردي"، فإنهما أصبحا في ظل التكنولوجيا الرقمية مفهومين قديمين، فالخطاب الموجه عبر مواقع الإنترنت يمكن أن يكون فرديا من خلال خصوصية كل فرد في طريقة تلقي الخطاب، وقدرته على فرض خصوصيته، والتحكم بطريقة التلقي وشكل الرسائل التي يتسلمها. وهو في الوقت نفسه خطاب جماعي من خلال توجهه إلى جمهور واسع في آن واحد. وفي ذلك مثال آخر على أن التقنية الجديدة فرضت نفسها على طبيعة تقويمنا ووصفنا للأشياء؛ فما هو فردي وما هو جماعي اجتمعا في تقنية واحدة.

الأكثر من ذلك، أن أجهزة الاتصال نفسها، بما امتلكته من قدرة على التكيّف لاحتياجات المستخدم، باتت تستحوذ على وظائف بعضها البعض، فالاستماع إلى نشرة الأخبار عبر الهاتف، والاتصال بالانترنت للبحث عن المعلومات من خلال جهاز التلفزيون، وغير ذلك من دمج في الوظائف، ربما يقودنا في المستقبل القريب إلى دمج تعريف التلفزيون بتعريف الهاتف، وخصائص السينما بخصائص الراديو، ومواصفات الهاتف بمواصفات الراديو....وهكذا، في عملية انقلاب على المفاهيم التي لم تزل سائدة حول هوية كل منها، ووظيفته، بحيث لا يستطيع المستخدم

الاعتيادي أن يميز بين ما يعد جهاز تلفزيون وما يعد جهاز هاتف أو راديو أو سينما أو حاسوب. ترى إلى أي مدى ستستطيع المؤسسات الإعلامية والتعليمية والاجتماعية أن تحافظ على بنيتها التقليدية، وأساليب عملها في مواجهة التحولات الكبيرة التي تشهدها التكنولوجيا الرقمية في المنظور من الزمن، وفي المستقبل؟ والأهم من ذلك، كيف سيتشكل المشهد الإعلامي، وكيف سيتبلور دور طرفي عملية الاتصال – المرسل والجمهور – في ظل المستجدات التكنولوجية التي أشرنا إليها؟

إن الإجابة عن هذه الأسئلة وغيرها عن طريق البحث العلمي المستمر باتت أكثر إلحاحا في الوقت الحاضر، بحكم سرعة الحلول التي تقدمها التكنولوجيا لمشكلات الاتصال والإعلام الجديدة وحاجات الإنسان المتجددة، وما ينشأ عن ذلك من تغيرات في ملامح المشهد الاتصالي برمته. ومع أن حجم استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية يتعاظم يوما بعد آخر، غير أنها كما يبدو تتجه لتطمين الحاجات الفردية مما يتعلق بشؤون الإنسان ومشاغله اليومية أكثر من المشكلات العامة التي تخص المجتمع بأسره.

وتماشيا مع هذا السياق، فقد كشفت إحدى الدراسات الحديثة أن استخدام الهاتف المحمول قد قطع شوطا بعيدا في تلبية احتياجات المستخدمين اليومية مقارنة بالحاسوب الشخصي، ففي الولايات المتحدة يتواصل المواطنون مع المقربين منهم من أفراد الأسرة والأصدقاء عن طريق الهاتف المحمول بنسبة 98% ، بينما لا يستخدمون الحاسوب الشخصي لهذا الغرض إلا بنسبة 2% فقط. ويتجه نمط الاستخدام في المملكة المتحدة وإيطاليا واسبانيا ليكون قريبا من ذلك كما هو واضح في الشكل (2).



الشكل (2) قنوات التواصل مع الأصدقاء المقربين

http://www.mobiadnews.com/?p=3064

وتشير الدراسة الاستطلاعية نفسها إلى أن معدل ما يتصفحه الفرد في عموم الدول التي شملتها الدراسة يبلغ 160 صفحة على الإنترنت يوميا، وأن 10% من هؤلاء يتصفحون بريدهم الإلكتروني الشخصي وقراءة الرسائل التي تصلهم على الإنترنت قبل أن ينهضوا من فراشهم كل صباح. ويتسلم كل فرد من مستخدمي الموبايل من 20 – 30 رسالة على الإنترنت يوميا بما يجعل هذا النوع من الخدمات أمرا أساسيا في الحياة اليومية لهؤلاء الأفراد. وتخلص الدراسة إلى أن هذا النمط من الاستهلاك لخدمات الإنترنت، علاوة ما يوفره الاتصال عبر هذه الشبكة من الاحتياجات اليومية الملحة للمستخدمين يمكن أن يفسر النمو المطرد للإعلان التجاري على شبكات الهواتف المحمولة الحديثة على اختلاف أنواعها[1].

إن ذلك يؤكد ما سبقت لنا الإشارة إليه من أن الاستثمارات الضخمة تتجه منذ سنوات للاستثمار في قطاع الاتصالات الرقمية واستخداماتها الإعلامية، سواء أكان

---

[1] لمزيد من التفاصيل، راجع الرابط التالي: http://www.mobiadnews.com/?p=3064

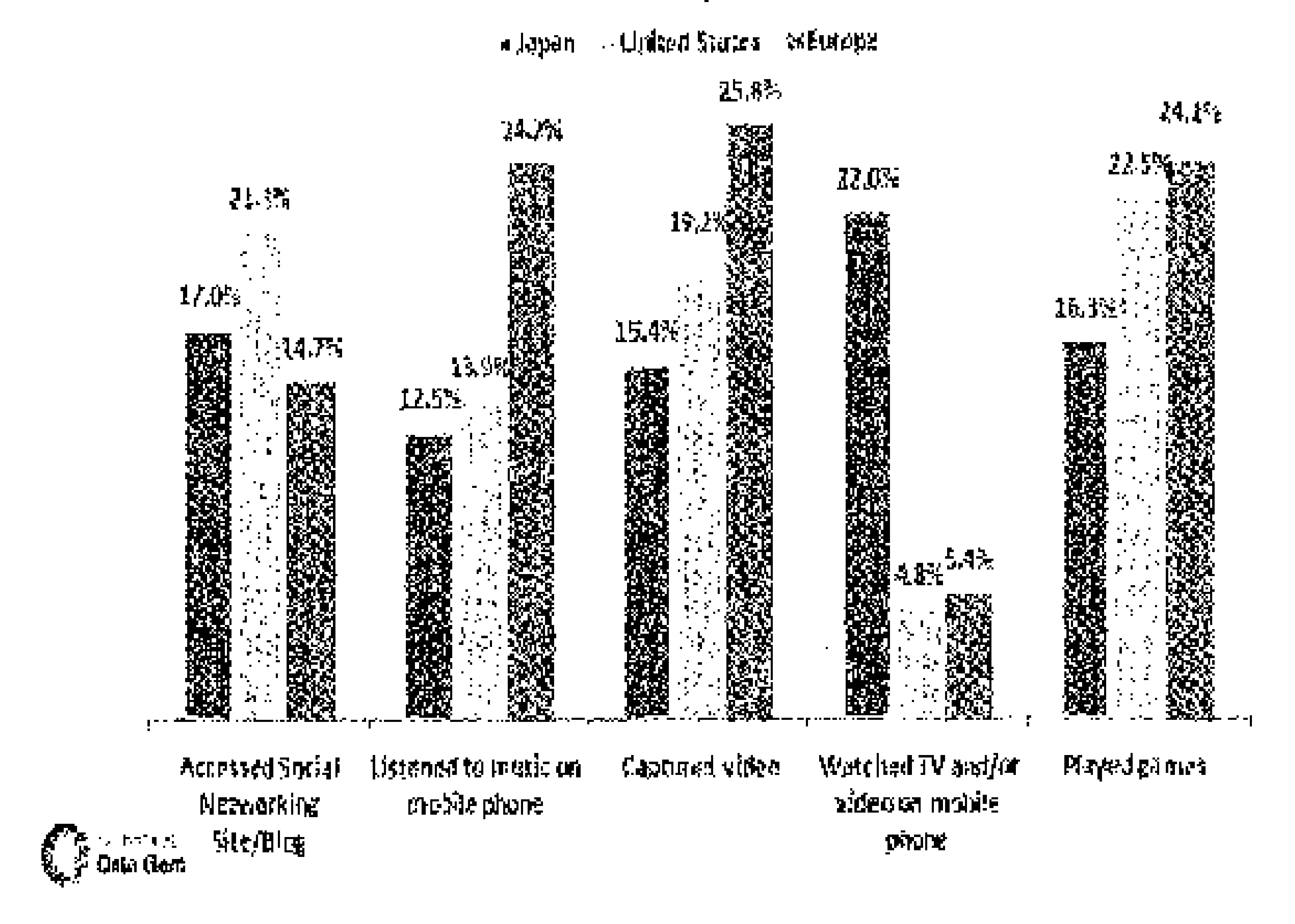
ذلك في حقل التصنيع وتطوير البنى التحتية للصناعات الإعلامية، أم تطوير البحث العلمي باتجاه تلبية احتياجات الجمهور من هذه الصناعات. ويسهم تنوع الخدمات التي تقدمها شركات الهواتف المحمولة في تعزيز هذا الاتجاه.

وفي هذا الصدد، نشير إلى دراسة استطلاعية أخرى أجريت عام 2010 في الولايات المتحدة ودول أوروبا واليابان، للمقارنة بين أنماط استخدامات الجمهور في هذه الدول للخدمات المتعددة التي تقدمها شركات الهواتف المحمولة، وهي التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والاستماع إلى الموسيقى عبر الهاتف، والحصول على أفلام الفيديو من المواقع المختلفة، ومتابعة برامج المحطات التلفزيونية المحملة على الإنترنت، والاستمتاع بالألعاب الإلكترونية التي توفرها لهم هواتفهم المحمولة[1]. وإذ تظهر الدراسة ميلا أعلى لدى الجمهور الأوروبي في مجال والاستماع إلى الموسيقى عبر الهاتف، والحصول على أفلام الفيديو من المواقع المختلفة والاستمتاع بالألعاب الإلكترونية مقارنة بميل الجمهور لهذه الأنواع من الخدمات الهاتفية في الولايات المتحدة واليابان على التوالي، فإنها تظهر أن الجمهور في اليابان يتفوق كثيرا على جمهور الولايات المتحدة وأوربا في استخدام الهواتف المحمولة لمتابعة برامج التلفزيون ومشاهدة أفلام الفيديو. أما جمهور الولايات المتحدة الذي يستخدم الهواتف المحمولة فقد تفوق على قرينيه في أوروبا واليابان في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على نحو متميز.

---

[1] لمزيد من التفاصيل، راجع الرابط التالي:

http://www.comscoredatamine.com/2010/10/mobile-behaviors-across-japan-united-states-and-europe



الشكل (3) استخدامات الهاتف المحمول

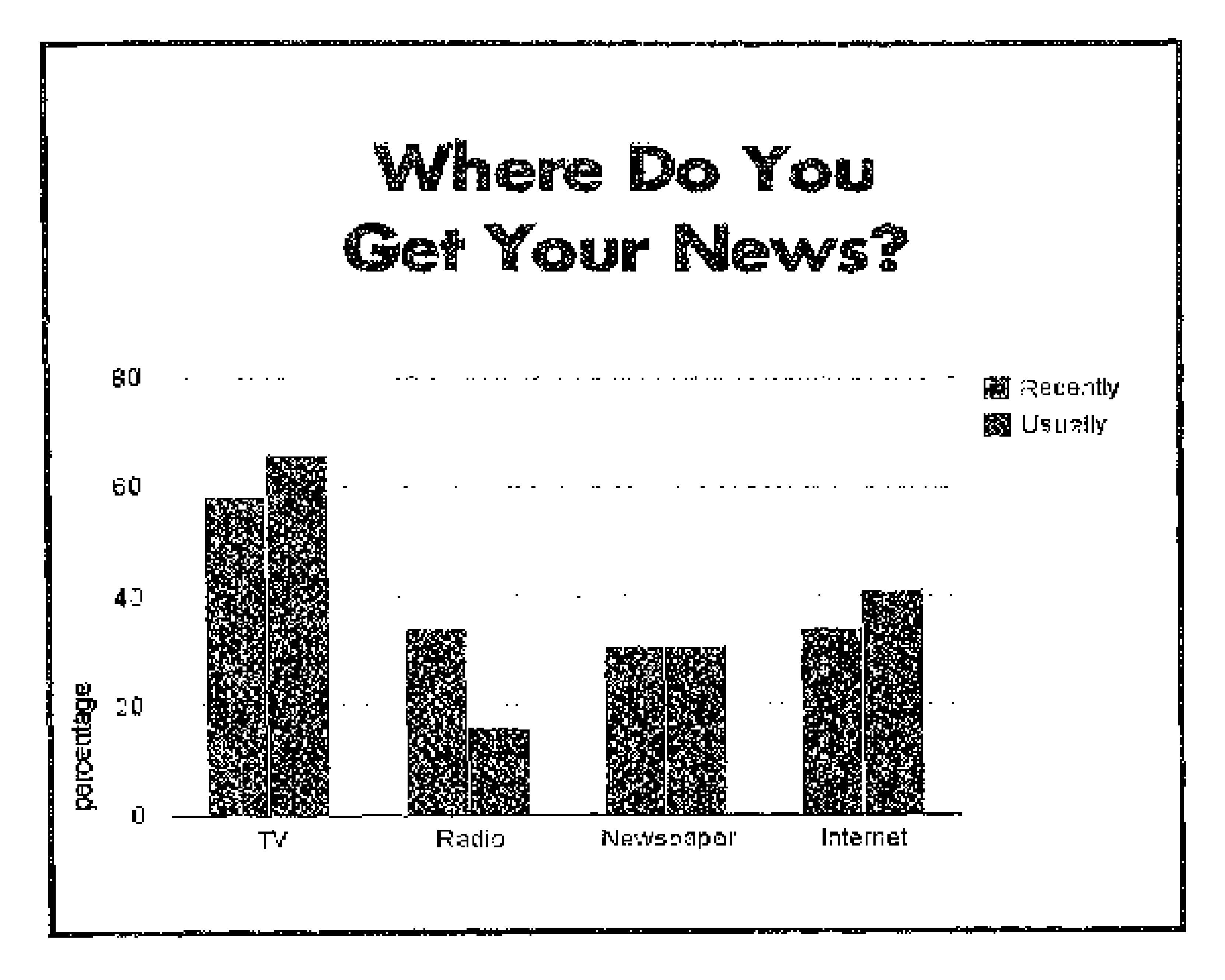
http://www.comscoredatamine.com/2010/10/mobile-behaviors-across-japan-united-states-and-europe

ولو ركزنا على مصادر الأخبار بأنواعها المختلفة، السياسية والاقتصادية والرياضية والاجتماعية وغيرها، بوصفها أبرز ما يتم تداوله عبر وسائل الإعلام، فإن ما تكشفه الدراسات هو أن الجمهور يستعين بالتلفزيون ثم الإنترنت ثم الراديو ثم الصحف لتلقي الأخبار التي تهمه، وأن التلفزيون ما يزال يتفوق بفارق كبير على وسائل الإعلام الأخرى في أن يكون المصدر الأكثر اعتمادا في نشر الأخبار وتداولها[1].

---

[1] لمزيد من التفاصيل، راجع الموقع التالي:

http://theiblog4media.blogspot.com/2012/03/where-do-you-get-your-news.html



الشكل (4) من أين نحصل على الأخبار

http://theiblog4media.blogspot.com/2012/03/where-do-you-get-your-news.html

وفي دراسة أجريت على أكثر من نصف مليون شخص في دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وجد أن حوالي 48 مليون متصفح للإنترنت في هذه الدول يحصلون على الأخبار عن طريق المواقع الإخبارية باللغة العربية، و 12 مليون متصفح يحصلون عليها من المواقع الإخبارية باللغة الانكليزية، كما يشير إلى ذلك موقع "المصرية للاتصالات Telecom Egypt". ويلاحظ من الشكل الذي نشره الموقع المذكور أن عدد الذين يتصفحون مواقع الإنترنت بصورة مباشرة أو عن طريق الهواتف المحمولة في دول هذه المنطقة للأغراض الترفيهية يصل إلى 35

مليون شخص[1]. ولا بد من الإشارة هنا إلى أن الأرقام المشار إليها في الشكل المذكور هي في واقع الأمر متداخلة، بمعنى أنها تشمل من يتابع المواقع الإخبارية الإلكترونية عن طريق الهاتف المحمول أو عن طريق الحاسوب والإنترنت بصورة مباشرة.



الشكل (5)

https://www.facebook.com/TelecomEgypt

---

(1) لمزيد من التفاصيل، راجع الموقع التالي: https://www.facebook.com/TelecomEgypt

وربما يكون من المفيد الإشارة هنا إلى أن هناك العشرات من المواقع الإخبارية التي يتابعها متصفحو الإنترنت في الوطن العربي، وبخاصة منها المواقع الإخبارية باللغتين العربية والانكليزية. وقد تكون هذه المواقع وكالات أنباء إلكترونية متخصصة بنشر الأخبار، أو أن تكون الأخبار أحد الأبواب التي يوفرها الموقع لقرائه.

ويذكر أن عددا غير محدد من المواطنين العرب المهاجرين إلى دول المهجر، والذين تصاعدت أعدادهم بصورة كبيرة في العقود الأخيرة بسبب الحروب والظروف الاقتصادية والسياسية القلقة في بلدانهم، يتصفحون هذه المواقع أو المواقع الأجنبية الأخرى بلغات مختلفة. وهذه الشريحة الواسعة من متابعي الأخبار العرب لا يدخلون عادة في الاستطلاعات أو إحصاءات البحوث في الوطن العربي، بل غالبا ما يحسبون جزءا من المتصفحين للإنترنت في البلدان التي نزحوا إليها. وهذه الظاهرة بحاجة إلى دراسة جادة من الباحثين الإعلاميين لدراسة طبيعة البيئة الإعلامية التي بدأت تصهر وعي هذه الشريحة الواسعة واتجاهاتها في بوتقة الانشغالات المحلية في بلدان المهجر باتجاه دمجها قسرا في مجتمعات تلك البلدان على حساب تواصلها اليومي مع المؤسسات الإعلامية في وطنهم الأم.

ونذكر هنا أن المواقع الإخبارية الخمسة الأكثر تصفحا على شبكة الإنترنت باللغة العربية يتصدرها موقع "سبق SABQ" ، أما المواقع الخمسة الأكثر تصفحا باللغة الانكليزية فيتصدرها موقع "بي بي سي BBC" كما يظهر في الشكل (6)[1].

---

[1] انظر المصدر: http://www.ddarabia.com/infograph/ استهلاك- محتوى- الموبايل- في- منطقة- الشرق.



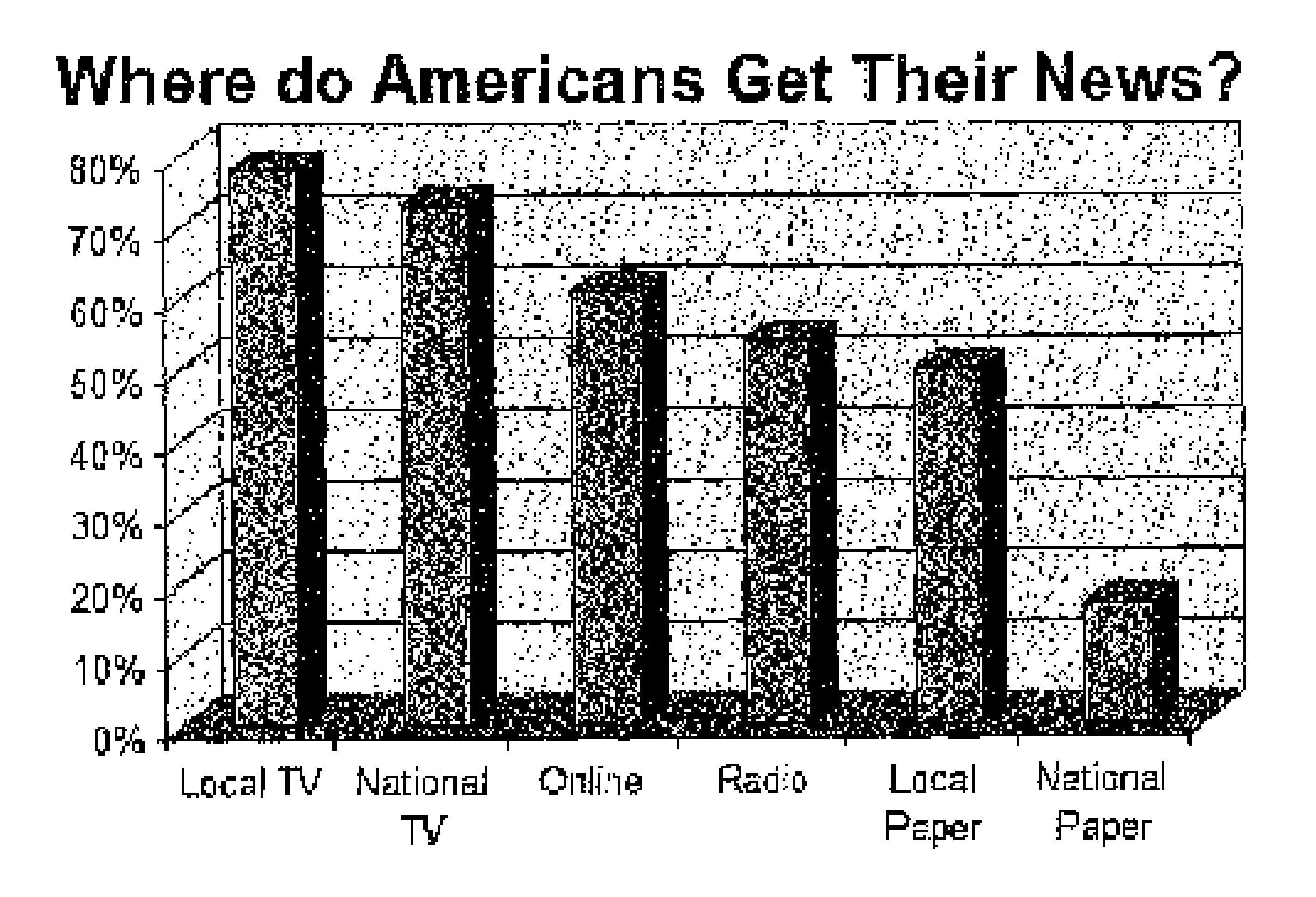
الشكل (6) المواقع الإخبارية الأكثر تصفحا
على شبكة الإنترنت باللغة العربية

http://www.ddarabia.com/infograph/استهلاك-محتوى-الموبايل-في-منطقة-الشرق

إن كثيرا من التصورات التي سادت بيننا لزمن طويل حول سيادة هذه الوسيلة الإعلامية أو تلك في ساحة تداول الأخبار، قد أصبحت بعيدة عن الواقع الفعلي. ذلك أن عادات الجمهور في متابعة الأخبار قد تغيرت كثيرا في ظل التنافس الشديد بين وسائل الاتصال الحديثة على اقتناص الجمهور والمحافظة على ولائه للمحطة أو الصحيفة أو الموقع الذي يتابع الأخبار التي تهمه عن طريقه. وهو متغير يلقي بظلاله على الاستثمارات المادية والبشرية الموظفة في كل من الوسائل

الإخبارية المتاحة، وفي قياس حجم ما نستطيع الوصول إليه من قطاعات الجمهور ومدى التغيرات الحاصلة في خارطة توزيعه عموديا، من الناحية العمرية، وأفقيا، من الناحية الفئوية.

الشكل التالي (7) هو خلاصة دراسة مقارنة أجريت عام 2010 بين وسائل الإعلام التي يستعين بها الأمريكيون في الحصول على الأخبار[1]. ومع أننا لا نفترض أن يكون النموذج الذي تجسده هذه الدراسة نموذجا ممثلا لما هي عليه الحال في البلدان الأخرى من العالم، ومنها بلدان وطننا العربي، إلا أنه في النهاية يعكس عادات الجمهور في بيئة تعتمد الوسائل الإلكترونية على نحو واسع في نشر الأخبار وتداولها لا يخلو من مؤشرات ذات مغزى.



الشكل (7) مصادر الأخبار التي يعتمدها الأمريكيون

http://bootcampdigital.com/tag/news-consumption-statistics

---

[1] أنظر الموقع التالي: http://bootcampdigital.com/tag/news-consumption-statistics

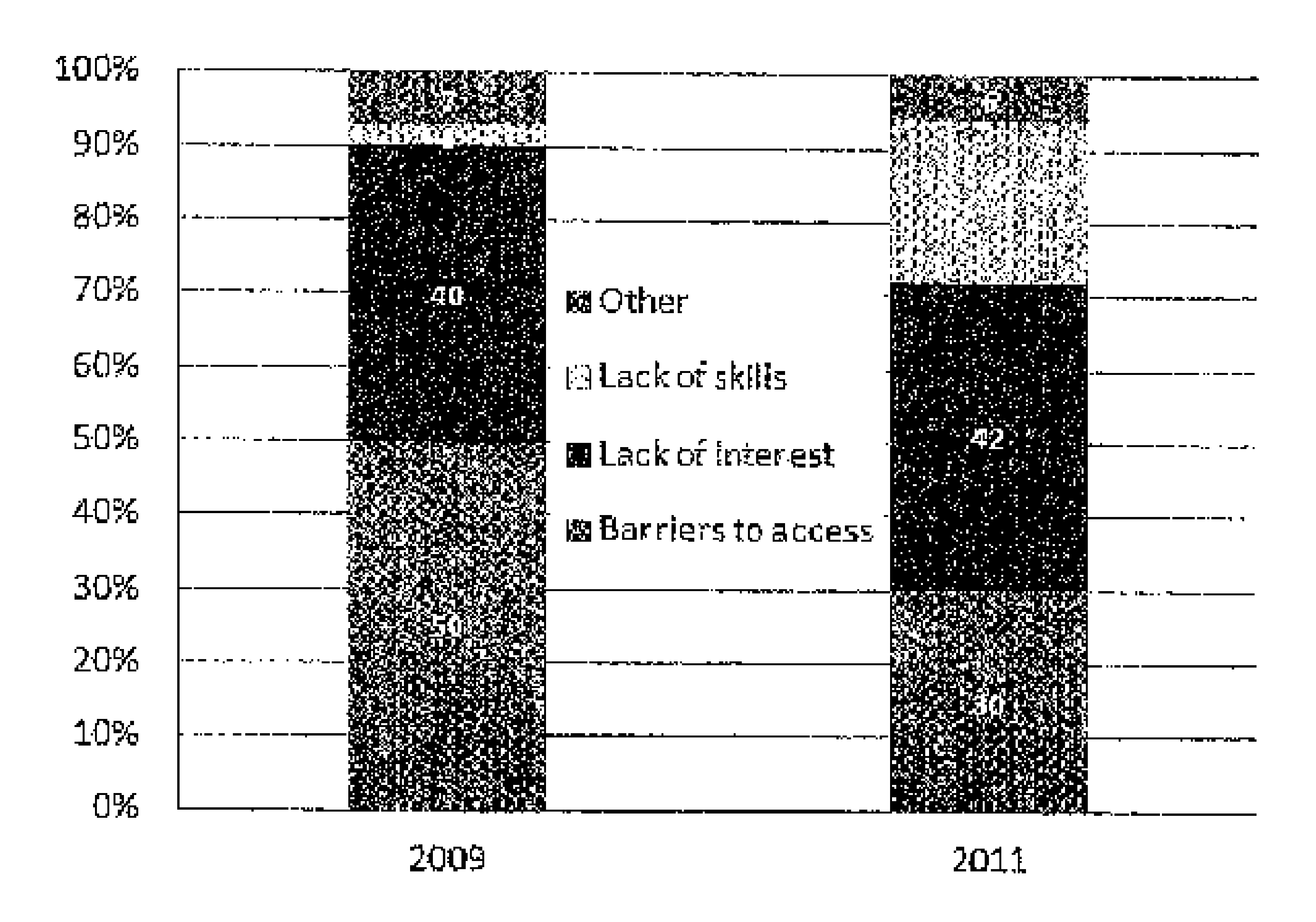
وإذا كنا قد تحدثنا عن التغيرات التي يشهدها المشهد الإعلامي في ظل انتشار استخدام التكنولوجيا الرقمية، وما توظفه هذه التكنولوجيا من وسائط متعددة تفاعلية وفائقة في تحقيق غاياتها، فإننا في الطرف الآخر نجد أن جمهور هذه الوسائل سيكون على الدوام أمام تحدي اكتساب المهارات المطلوبة لامتلاك القدرة على استخدام هذه التقنية والتعامل معها بكفاءة. إن وسائل الاتصال التي اعتدنا استخدامها في العقود الماضية لم تكن تتطلب الكثير من الجهد لاكتساب مهارات استخدامها على عكس الوسائل الحديثة. ومع أن تنافس شركات الإنتاج على تقديم منجز تقني واحد يجمع الصورة والصوت والنص، كما هي الحال مع الهواتف المحمولة الحديثة، ويكون سهل الاستخدام، إلا أن المؤشرات تؤكد أن جمهور هذه الوسائل سيبقى بحاجة إلى مزيد من الجهد لإتقان استخدام هذه التكنولوجيا بما لا يعرقل قدرته على الإفادة من فوائدها المتجددة.

وتشير دراسة لجولي ديكندري (Julie Dequaindry 2012) حول أسباب عدم استخدام الإنترنت[1] أن النقص في المهارات التقنية اللازمة لاستخدام هذه الوسائل يشكل مشكلة حقيقية ومتفاقمة، بسبب درجة التعقيد المتصاعدة التي تتناسب طرديا مع التطور التكنولوجي، هذا فضلا عن عدم توفر القدرات التقنية والاقتصادية اللازمة في العديد من البلدان، على الرغم مما أشرنا إليه من تنافس شركات الإنتاج على تقديم ما يسهل هذا الأمرعلى المستخدمين. إن ذلك، كما تشير الدراسة، له آثار سلبية على النمو الاقتصادي والتطور الاجتماعي في هذه البلدان. ومما يلفت النظر في هذه الدراسة هو ظهور مؤشرات على عزوف متزايد لدى الجمهور عن متابعة وسائل الإعلام لأسباب مختلفة، وهو مؤشر مهم وله دلالات خطيرة تتعلق بدور وسائل الإعلام وتدني قدرتها على كسب ثقة الجمهور، وبالتالي

---

(1) أنظر الموقع التالي:
http://www.wrsc.org/category/category/technology/technology-adoption

القيام بوظيفتها المفترضة، وهو موضوع يستدعي من الباحثين الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية الدراسة والتأمل.



الشكل (8) أسباب عدم استخدام الإنترنت

http://www.wrsc.org/category/category/technology/technology-adoption

وعلى الرغم مما يقال عما تفرضه التكنولوجيا الرقمية على المتلقي من ضرورة توفر مهارات استخدام هذه التكنولوجيا وأجهزتها المتنوعة، بخلاف بساطة استخدام التكنولوجيا الاتصالية التقليدية، فإن دور الجمهور في صنع الأخبار، وما يوفره من وثائق صوتية وفلمية من مواقع الأحداث، بات يشكل بصورة متصاعدة مصدرا مهما للمعلومات التي سرعان ما يجري تداولها على مستوى العالم. بمعنى آخر فإن ما يضخه الجمهور من روايات للأحداث، وما يوفره من أدلة على مدى صدق ما تتناقله وسائل الاتصال حول حدث ما، صار هاجسا ضاغطا تخشاه إدارات وكالات الأنباء والمحطات الإذاعية والتلفزيونية والصحف، مما يلجئها إلى

توخي الدقة والمصداقية في نقل الأخبار، والمحافظة على قدر مقبول من الحيادية في النظر إلى مصادر الأخبار خوفا من فقدان ثقة الجمهور بها، وهو ما يعني انكماش ثقة شركات الإعلان بها، والذي يقود في النهاية إلى خسائر مادية تحرص على تفاديها.

هذا الدور الجديد لجمهور وسائل الاتصال، والذي نقله من حالة التلقي السلبي إلى الفعل المباشر والمؤثر في ساحة تداول الأخبار، هو جزء من نتائج التكنولوجيا الرقمية. لقد أتاحت هذه التكنولوجيا فضاء واسعا ليتحرك الجمهور بقوة وحرية ومرونة، باتت تنافس وسائل الاتصال التقليدية في صنع الأخبار وتداولها، بل وفي تفعيل الحراك الشعبي واهتماماته على الصعد المختلفة.

ثنائيات الإعلام الرقمي:

هذه المقدمة الموجزة عن بعض ملامح الإعلام في عصر التكنولوجيا الرقمية، وما استطاعت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إحداثه من تغييرات في البيئة الاتصالية على مستوى العالم، لا تحجب عنا ما قدمته هذه التكنولوجيا من تسهيلات في مجال الخدمات العامة وتيسير التواصل بين المجتمعات والأفراد والمؤسسات الاجتماعية المختلفة، وما هي عليه تطبيقاتها في الميادين العلمية والتعليمية والاقتصادية وغيرها. ويمكن للقارئ الكريم العودة إلى ما ذكرناه بصورة أكثر تفصيلا بهذا الخصوص في الفصل الثاني من الكتاب حين استعرضنا سمات البيئة الاتصالية في المرحلة التي أعقبت ظهور الحاسوب والإنترنت. لقد كانت أجهزة الإعلام ووسائله منذ وجدت، سلاحا ذا حدين، وهي ما تزال كذلك بالتأكيد، لكن حدي هذا السلاح اليوم صارا أكثر حدة ومضاء من ذي قبل.

ونحاول الآن أن نستعرض ما آلت إليه قضايا الإعلام وظواهره الأساسية في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية من خلال الثنائيات التالية، مع التأكيد على أن هذه الثنائيات تتداخل في نهاياتها الخارجية مع بعضها بصورة يصعب أحيانا وضع خطوط قاطعة بينها:

- الحرية والرقابة:

أشار العديد من المواثيق الدولية إلى أن الحصول على المعلومات وتداولها وحرية الرأي والتعبير هي حقوق مشروعة لكل فرد، وينبغي على الحكومات التمسك بها والدفاع عنها. ومن أبرز هذه المواثيق الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي صدر عام 1948 والذي ينص في مادته 19 على أن لكل شخص الحق في اعتناق الآراء والتعبير عنها واستقاء الأخبار والأفكار ونشرها بأية وسيلة دون تقيد بالحدود الجغرافية.

وتظهر مواد القوانين التي أقرها المجتمع الدولي بشأن حرية الصحافة، والتي تستند إلى مواد أساسية في دساتير الكثير من دول العالم، سعيا حثيثا لتطوير صيغ حماية حرية التعبير وحصانة الإعلاميين في الظروف الاعتيادية والاستثنائية على حد سواء، بما يحقق تطلع الشعوب الدائم إلى توفير بيئة إعلامية خالية من القيود المفروضة على حرية تداول المعلومات وحركة الإعلاميين وإمكانية حصولهم على المعلومات من مصادرها[1].

إن واقع الحال يشير إلى أن الحواجز التي كانت قائمة في وجه الباحثين عن المعلومات قد تحطمت إلى حد كبير، وأنها سمحت بتداول المعلومات عبر العالم من خلال وسائل الاتصال وفي مقدمتها شبكة الإنترنت متجاوزة حدود الزمان والمكان. ولا شك أن التكنولوجيا الرقمية قد رفعت سقف الحرية المتاحة لوسائل الإعلام على نحو غير مسبوق، بحيث أصبحنا نتنقل بين مصادر المعلومات بأشكالها المتعددة، النصية والصوتية والصورية، بقدر عال من المرونة واليسر. كما إن التنقل بين وسائل الاتصال المختلفة، الهاتف والراديو والتلفزيون والحاسوب أصبح هو الآخر يسيرا ومتاحا على مستوى العالم كله تقريبا.

([1]) لمزيد من التفاصيل، أنظر: صباح ياسين (2010). الإعلام..حرية في انهيار. بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.

ولابد من الإشارة هنا إلى أن الخدمات المتعددة التي تقدمها وسائل الاتصال التي تحدثنا عنها للمستخدمين والتي شملت التعليم، والإدارة، والاتصالات الأمنية والعسكرية، ومراقبة السوق، إلى غير ذلك من التطبيقات، قد أكسبت وسائل الاتصال – بوصفها أجهزة فاعلة لتأمين الاتصالات ونقل المعلومات في هذه القطاعات – ما يوسع من استخداماتها المتعددة. وهو أمر يعود بفوائد اقتصادية كبيرة على المصنعين والمنتجين والمستثمرين في هذا القطاع، مما يدفع بعجلة الإنتاج للارتقاء بمنتوجاتها من وسائل الاتصال...وهكذا تستمر عجلتا التكنولوجيا والمصالح الاقتصادية مربوطتين على كتفي الحصان الرابح، وهو الجمهور الذي يظن أنه يسحبهما خلفه، لكنه في واقع الأمر لا يستطيع أن يفلت من قيدهما مهما فعل.



الشكل (9) الرقابة بين عصرين

http://www.startimes.com/f.aspx?t=31312698

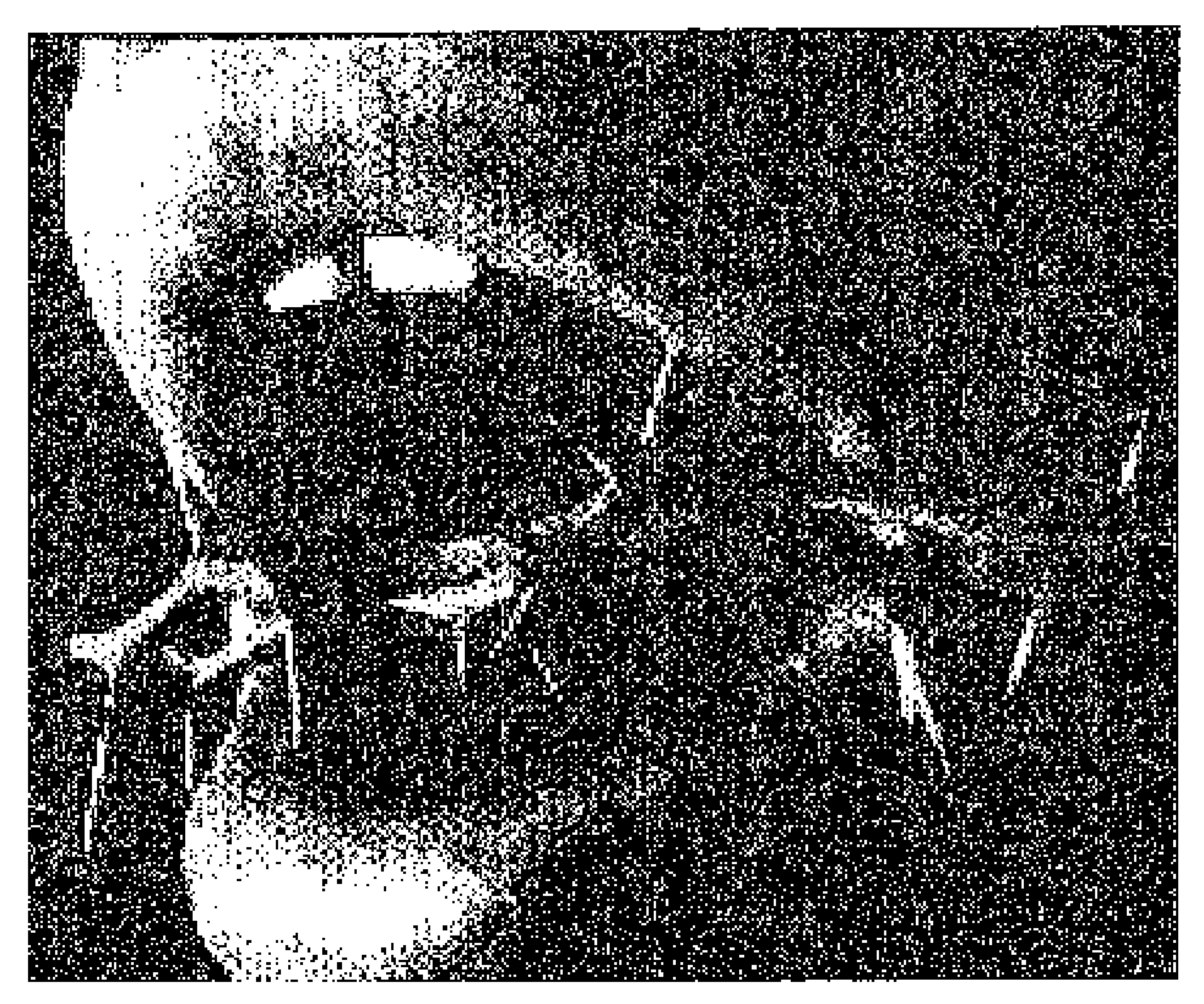
لكننا على الطرف الآخر ما نزال نشهد صورة التناقض بين حرية التعبير والرقابة عليها على نحو أكثر حدة، فقد دلل استخدام الإعلام أداة في الحروب وصراع الإرادات السياسية والمصالح الاقتصادية، على أن العالم في الوقت الذي يشهد تقدما كبيرا باتجاه تحطيم القيود المفروضة على حرية التعبير عن الرأي وإمكانات نشر المعلومات، فإنه يشهد قدرا كبيرا من حجب الأفكار والآراء وتزوير الحقائق. وليس أدل على ذلك من الرقابة الشديدة التي فرضت على وسائل الإعلام البريطانية في حرب الفوكلاند 1982، وتلك التي فرضت على وسائل الإعلام الأمريكية والعالمية تمهيدا لاحتلال العراق عام 2003، فقد اكتشف العالم فيما بعد أنه قام على مجموعة من الأكاذيب لتمرير الاحتلال[1].

إن التطور الذي يشهده العالم اليوم في وسائل الاتصال، والتنافذ بين هذه الوسائل باستخدام الوسائط المتعددة وتقنياتها المتقدمة، والتي منحت أوعية المعلومات القدرة على تبادل المعلومات النصية والصوتية والصورية بين الراديو والصحيفة والتلفزيون والهاتف والحاسوب، على قاعدة الأواني المستطرقة في الفيزياء، هذا التطور الذي سهل عمليات البحث عن المعلومات وخزنها ومعالجتها ونشرها بسرعة وسهولة حتى من المواطن العادي، هو نفسه الذي يوفر القدرة لوسائل الرقابة وأدواتها التكنولوجية الحديثة لإحكام قبضتها على حركة المعلومات وتداولها، وتمكين حارس البوابة من أن يقف في مكان ما بين المرسل والمستقبل للحيلولة دون ممارسة الحق في حرية تداول الآراء والأفكار.

---

[1] راجع المقابلة التي أجرتها قناة دبي مع د ناجي صبري الحديثي وزير الخارجية العراقي قبل الاحتلال، وذلك بتاريخ 2013/6/13 على الرابط التالي:

http://www.youtube.com/watch?v=RSBzgveoz5U



الشكل (10) قمع الحريات الإعلامية

http://islahnews.net/74919.html

إن الرقابة على التواصل بين المؤسسات والأفراد تجري اليوم بموجب نظام اصطلح على تسميته رمزيا بـ "الاصطفاف ECHELON " كان قد أطلق في السبعينات من القرن الماضي للتجسس على اتصالات الاتحاد السوفييتي السابق عبر الأقمار الاصطناعية، تولت وكالة الأمن القومي الأمريكي بالتعاون مع العديد من الشركاء الذين يقدمون خدمات عبر مواقعهم الجغرافية، مثل بريطانيا ونيوزلندا وأستراليا وكندا، تنظيم وتشغيل شبكة من المحطات المكثفة والعالية التقنية لاعتراض الاتصالات، وتمكنت بواسطتها من تغطية الكرة الأرضية بأسرها، باعتماد طرق متعددة[1].

وعلى صعيد مواقع التواصل الاجتماعي التي تناولناها في فصول الكتاب السابقة، وكذلك البريد الإلكتروني، فإن عمل الرقابة لا يستثني هذه المواقع، على

---

[1] صباح ياسين (2010) مصدر سابق.

الرغم مما تعلنه إدرات هذه المواقع من إجراءات للحيلولة دون كشف ما يتم تداوله بين مستخدميها أمام عين الرقيب، فهي خاضعة بدورها لقوانين الرقابة، ويستحيل أن تقول ما تريده بحرية تامة في فيسبوك وتوتيرأو غيرهما. إن كل ما ينشر في موقع تويتر على سبيل المثال، والحاصل على 500 مليون متابع، من تغريدات، هو موثق في مجلس النواب الأمريكي (الكونجرس)[1].

هذا على صعيد الرقابة الخارجية، أما على صعيد الرقابة الداخلية في البلدان المختلفة، فعلى الرغم من التفاوت الكبير بين طبيعة القيود المفروضة على المفكرين والمبدعين بين بلد وآخر بخصوص هذا الموضوع، فإن الرقابة تمارس عملها بحماية من قوانين السلطة، تحت مبررات حماية المجتمع من أعدائه. إنها قضية قديمة جديدة، عانى منها المثقفون في كل العصور، فابن المقفع الذي تخفى خلف كتابه "كليلة ودمنة" ليوصل خطابه للحاكم، والفارابي الذي أورد في مؤلفاته مقولات على لسان أفلاطون ليعبر عن مواقفه، ليسا إلا مثالين عما عانى منه المثقف، وما يزال، من تسلط الأجهزة الرقابية للسلطة. وكم من المفكرين والفلاسفة والمبدعين حكم عليهم بالسجن أو النفي أو أحرقت كتبهم أو قتلوا إرضاء للسلطة، وليست قصص غاليلو وابن رشد وغيرهم مما تحفل به كتب التاريخ البعيد والقريب ببعيدة عن ذاكرة القارئ الكريم.

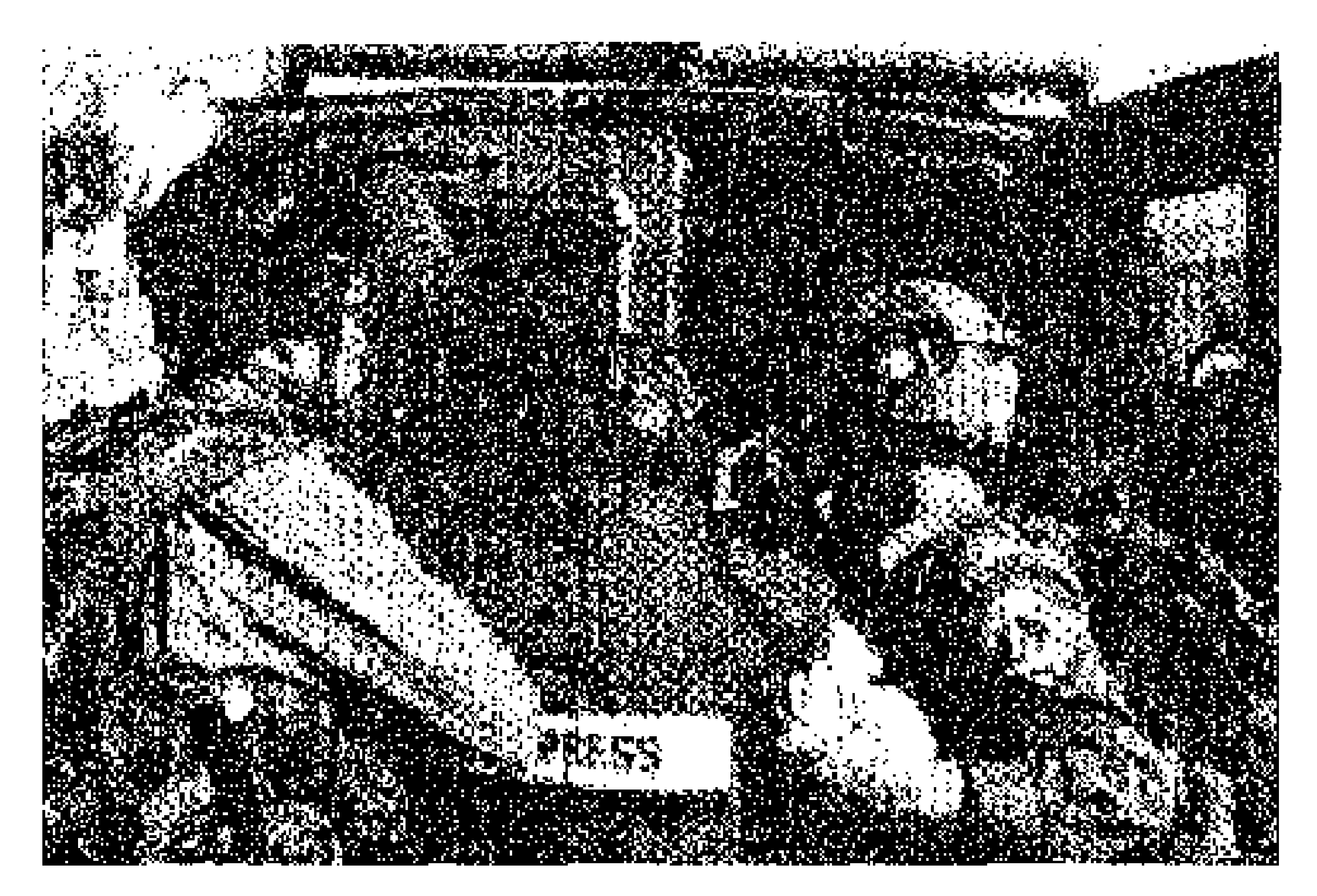
وفي هذا الصدد تشير منظمة "مراسلون بلا حدود" و"لجنة حماية الصحافيين" في آخر تقرير سنوي صدر عام 2012 أن العام المذكور كان الأكثر دموية للصحافيين في العالم مع سقوط أعداد كبيرة منهم خلال قيامهم بواجباتهم في دول مختلفة، وأن 88 صحفيا قتلوا في العام نفسه أثناء قيامهم بعملهم، وهو أعلى رقم تقدمه هذه المنظمة منذ بدء عملها عام 1992. كما أحصت لجنة حماية الصحافيين

---

[1] أنظر المقابلة الصحفية مع د سعد البازعي عضو مجلس الشورى السعودي حول الرقابة الداخلية في العدد 389 من جريدة الشرق بتاريخ 2012/12/27 على الرابط التالي:

http://www.alsharq.net.sa/lite-post?id=648750

من جهتها مقتل 67 صحفيا خلال العام نفسه. وهو أيضا أعلى رقم لها منذ بدء احصائها للقتلى الصحفيين عام 1992[1]. وتفيد المنظمة أن 2462 صحفيا يقبعون في السجون بدون أسباب واضحة أو تهم محددة، وأن حوالي 90 صحفيا في مناطق متعددة من العالم، و45 من الذين يبثون تقاريرهم عبر شبكة الإنترنت قتلوا خلال عام 2012[2].



الشكل (11) قمع الحريات الصحفية

http://paltoday.ps/ar/post/171966/

- **الهوية والعولمة:**

ربما تكون هذه الثنائية من أكثر الموضوعات التي جرى النقاش حولها في وسائل الإعلام والمحافل السياسية والتربوية، ذلك أنها تمس جوهر الشخصية الاجتماعية بسماتها الوطنية والقومية والدينية والثقافية، وتتصل بالفكر الاجتماعي لأية أمة وما ينطوي عليه من منظومات قيمية وأنساق معرفية، إذ على الرغم من

---

[1] لمزيد من تفاصيل تقرير منظمة مراسلون بلا حدود، راجع الرابط التالي:
http://www.almesryoon.com/permalink/68951.html

[2] أنظر الرابط التالي: http://www.aleqt.com/2012/12/19/article_718366.html

الإنجازات الكثيرة التي حققتها وسائل الاتصال الحديثة في إطار نشر المعرفة والثقافة والتعليم، فإن العديد من الدراسات يشير إلى أن ما تحقق يشكل في وجهه الآخر خطورة متزايدة على هوية المجتمعات المستهلكة للمعرفة والتكنولوجيا من خلال تأثر ثقافاتها وتراثها ولغاتها. وهناك دلائل على أن عددا كبيرا من اللغات المحلية في العالم باتت مهددة بالانقراض خلال القرن الحادي والعشرين نتيجة ظهور صيغ مبتدعة من النصوص التي يتم بها التخاطب بين الأفراد والجماعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وغرف المحادثة والبريد الإلكتروني[1].

ولمناسبة الحديث عن الآثار السلبية للتكنولوجيا الحديثة على اللغة التي تشكل العنصر الأهم في الهوية القومية، فإن بعض الباحثين يطلقون تحذيرا من أن وسائل الاتصال المرئية والمسموعة تهدد بانهيارات لغوية تتراجع فيها اللغة العربية الفصحى أمام لغة شعبية تفكيكية بدائية تستخدم الأشكال والرموز والصور في إيجاد تعبيرات فجائية مقطوعة الجذور عن أية أنساق أو قواعد لغوية أصيلة. وهناك مؤشرات عديدة على أن هذه اللغة الهجينة التي يستخدمها الشباب بصورة خاصة في تبادل الخطابات النصية على شبكة الإنترنت Internet chatting texts تؤثر سلبا بشكل فاعل في الثروة اللغوية وأنساقها التعبيرية لدى مستخدمي هذا النمط من التعبير[2].

ويبدو أن خطورة التواصل المعاصر على اللغة تتأتى بشكل أساس من خطورة التواصل الآني (المتزامن) عبر النصوص المكتوبة التي يتبادلها المتخاطبون من خلال البريد الإلكتروني وغرف المحادثة والهواتف المحمولة (الموبايل)، إذ إنها تهبط بمستوى النص المكتوب طبقا لاحتياجات الوسيلة ومستوى

---

[1] أنظر: وليد عبد الهادي العويمر (2011) أثر العولمة على اللغة العربية. **مجلة دراسات**، المجلد 38 العدد 2 عمان: الجامعة الأردنية.

[2] أنظر: نسيم الخوري (2005) **الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية**، سلسلة أطروحات الدكتوراه 50، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

المتخاطبين ومهاراتهم في استخدام التقنية ، وهو ما يدفع الانسان الى التطبع بنمط التفكير المتقطع الذي لا يرقى الى مستوى التعقد والغنى الذي يميز الاتصال الشفوي وجها لوجه، أو الاتصال الكتابي غير المتزامن[1].

وتبقى التأثيرات اللغوية في النهاية جزءا مما تعنيه الهوية ، على الرغم من أنها ذات أرجحية خاصة على مكونات الهوية الأخرى. أما فيما يتعلق بالمكونات الثقافية والاجتماعية والقيمية الأخرى، والتي تتأثر بعالمية الثقافة، مما يقدم فرصا طيبة لتلاقح الثقافات ويجسر الهوة التي لم يستطع الإعلام التقليدي أن يجسرها بين المجتمعات المتقدمة صناعيا من جهة، وتلك التي نطلق عليها تسمية المجتمعات النامية والفقيرة من جهة أخرى، والتي قد تفضي إلى قدر معين من التفاهم بين الشعوب والتآزر فيما بينها في مواجهة المشكلات الصحية والبيئية والصناعية وغيرها التي تعترض المجتمع الإنساني.

على أن ما ينبغي الإشارة إليه في هذا الصدد هو أن سجل الوقائع واتجاهات العولمة في هذا السياق تؤكد أن ما يحصل من تغيرات في البنية الثقافية والمنظومات القيمية للمجتمعات النامية والفقيرة إنما يؤشر سيادة واضحة لشيوع أنماط العيش وأساليب التفكير وحتى بنية الأنظمة السياسية الغربية على حساب الموروث الثقافي والفكري والاجتماعي للمجتمعات المستهلكة لهذه الأنماط. والمأزق الأخطر الذي تواجهه هذه المجتمعات في ظل العولمة أنها تستورد كل ما ذكرناه عبر شبكات الاتصال الإلكترونية المعاصرة دون أن تتشكل لديها البنية التحتية التي ترتكز إليها في تطوير قدراتها من الداخل. ولا شك أن التدفق المعرفي والقيمي والتقني والاقتصادي باتجاه واحد، من المجتمعات المتقدمة صناعيا إلى المجتمعات الأقل تقدما إنما ينطوي على مخاطر كبيرة هي موضع دراسات كثيرة منذ عقود، لم تثمر حتى الآن عن نظرة متفائلة على أية حال.

---

[1] أنظر: نسيم الخوري (2005). المرجع السابق.

• الخصوصية والانفتاح:

تستقبلك وأنت تتعرف إلى خصائص أي من مواقع التواصل الاجتماعي لأول مرة، أو حين تنشئ حسابا account على أحد مواقع البريد الإلكتروني، تأكيدات عديدة من الموقع بأنك ستتمتع بخصوصية عالية حين تكون عضوا فيه. وغالبا ما يطلب منك التوقيع على تعهد إلكتروني بأن تحافظ على الاستخدام السليم للموقع، وأن تلتزم بشروط الاشتراك فيه، ومنها عدم استخدام الموقع بما يسيء إلى الآخرين.

لكن الشواهد الكثيرة على أن هذه المواقع مكشوفة لجهات عدة قد أصبحت معروفة لمستخدمي الإنترنت. فمواقع البريد الإلكتروني ترتبط بمراكز إلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا بصورة أساسية، تسمى "خوادم servers " تمر عليها جميع المراسلات بين المشتركين، ويمكن الاطلاع عليها ممن يديرون هذه المراكز، وتمريرها أو حجبها أو التلاعب بها. كما إن هناك شواهد على أن ما يتم تداوله بين المشتركين على مواقع التواصل الاجتماعي يستخدم بوصفه قاعدة بيانات موثقة ويومية لاتجاهات المستخدمين واهتماماتهم وأساليب تفكيرهم، ومرجعا لكشف تفاصيل الرأي العام واتجاهاته في أي من بلدان المستخدمين، موزعة بحسب الجنس والفئة العمرية والتخصص وغيرها من متغيرات البحوث العلمية. ومن أجل ذلك كتب العديد من المستخدمين على صفحاتهم في هذه المواقع محذرين من مخاطر تداول خصوصياتهم الشخصية التي يمكن أن تستخدم في وقت ما بما يسيء إليهم. هذا عدا ما يتناقله مستخدمو هذه المواقع من أخبار اختراق حساباتهم عليها، واستخدامها بصورة غير مشروعة، مما اضطرهم إلى اتخاذ إجراءات سريعة لتفادي ما يمكن أن ينتج عن ذلك من أضرار على المستوى الشخصي في الأقل.

ومن الأمثلة العديدة على فقدان الخصوصية التي تحدثنا عنها، ما اعترف به موقع التواصل الاجتماعي Facebook من أن عطلا في برنامج داخل الشبكة الاجتماعية أدى إلى تقاسم غير متعمد لأرقام هواتف وعناوين البريد الإلكتروني

لستة ملايين مستخدم[1]. وكذلك ما أشار إليه موقع BBC Arabic أيضا بتاريخ 21 يونيو/ حزيران 2013 حول قضية البيانات الشخصية التي حصلت عليها غوغول Google والتي نشرها الموقع على النحو التالي[2]:

أمهلت السلطات البريطانية شركة غوغل 35 يوماً لمحو أي بيانات خاصة قالت إنها "جمعتها عن طريق الخطأ" خلال التقاط سياراتها الصور ضمن برنامج "ستريت فيو" لخرائط الشوارع، وإلا فستواجه إجراءات جنائية. لكن مكتب وزير المعلومات البريطاني لم يتحدث عن فرض أي غرامة مالية على غوغل، على عكس ما فعلت السلطات الأمريكية. وقد فتح تحقيق في ممارسات الشركة الأمريكية المتعلقة بالخصوصية العام الماضي، بعد معلومات جديدة عن بيانات جمعتها من شبكات الاتصال اللاسلكي (واي فاي). وتبين خلال التحقيقات أن لدى غوغل مجموعة كبيرة من الاقراص المدمجة وبها معلومات خاصة. وسبق أن وعدت غوغل بإتلاف كل المعلومات التي جمعتها، لكنها أقرت العام الماضي بأنها احتفظت "عن طريق الخطأ" بأقراص إضافية. وأبلغت وزارة المعلومات شركة غوغل بوجوب إبلاغها إذا حصلت على أي أقراص معلومات إضافية. وعزت الوزارة جمع البيانات الذي تم في العام 2010 إلى "قصور إجرائي وضعف خطير في الرقابة الإدارية"، ولكنها أخذت بتأكيدات غوغل أن إدارة الشركة لم تأمر بهذه الإجراءات.

---

(1) المصدر : الصفحة العربية الإخبارية / ياهو 2013/6/23 نقلا عن محطة BBC Arabic.

(2) أنظر الموقع:

http://www.bbc.co.uk/arabic/scienceandtech/2013/06/130621_google_streetview_data.shtml

وهكذا يكون "العطل الفني" و "حصل عن طريق الخطأ" و القصور الإجرائي في الرقابة الإدارية" وغيرها من التعبيرات هي المبررات التي تساق لإقناع المستخدمين، بعد أن يكونوا قد تعرضوا لانتهاك الخصوصية، أو لنقل فقدانها تماما، بأن ما حصل كان أمرا عارضا. هذا فضلا عن مغامرات قراصنة الإنترنت hackers الذين مارسوا حتى الآن عددا كبيرا من عمليات الاختراق والنصب والاحتيال وسرقة المعلومات أو تدميرها أو تشويهها على مستوى العالم.

لقد وجدت الأوساط التشريعية والقانونية العالمية المهتمة بمكافحة الجريمة الدولية عن طريق الإنترنت أن جرائم الإنترنت العابرة للقارات تتطلب مزيدا من التشريعات القانونية والبروتوكولات التي تنظم عمليات رصد قراصنة الإنترنت وإيقاع القصاص العادل بهم، لكن واقع الحال يشير إلى أن مثل هذا النمط من الجرائم في اتساع، وأن عددا غير قليل من مستخدمي المواقع الإلكترونية، على اختلاف طبيعتها، سواء أكانوا أفرادا أم مؤسسات أم جماعات، يقعون ضحية الانتهاك المتكرر لخصوصياتهم.

الجانب الآخر من ثنائية الخصوصية والانفتاح على مستوى الإعلام الرقمي يتعلق بالجانب الاجتماعي، فقد أوجدت مواقع التواصل الاجتماعي وبرامج تلفزيون الواقع والهواتف النقالة وما يشبهها بيئة اتصالية تتمتع بسقف أعلى من المعتاد من الحرية والانفتاح، وتشكل معابر للتشارك في الخصوصيات الفردية والاجتماعية. وهو أمر يحقق الكثير من رغبات الجمهور في تبادل الأخبار والأفكار والتأثيرات القيمية المتبادلة. وتشكل الحوارات عن طريق هذه المواقع وما تضمه من مجموعات تحاور يكون بعضها مفتوحا لانتماء من يرغب، نقاط تماس مباشرة مع خصوصيات أفرادها، مما يدفع الكثير منهم إلى مغادرة الموقع بعد فترة من الزمن، أو حذف عدد من قائمة المشاركين على صفحتهم بسبب وصول الحوار مع الآخرين إلى منطقة تختلط فيها الخصوصيات، كما هي الحال على موقع Facebook و Tweeter وغيرهما.

- **المصداقية والتزوير:**

لقد توفر للتكنولوجيا الحديثة من إمكانات توظيف الوسائط المتعددة – النص والصوت والصورة بنوعيها الثابتة والمتحركة – في صياغة الخطاب الإعلامي ما يجعل الرسائل الموجهة إلى الجمهور أكثر تشويقا وتأثيرا وإقناعا. وقد كتب كثيرون عن ثقافة الصورة – وبخاصة المتحركة منها – ومدى تفوقها على الصوت في إضفاء المصداقية والإحساس بالواقعية على الخطاب الصوري الموجه للمشاهد. وهي صفـــة يتفوق فيهـــا التلفزيـــون والسينمـــا والإنترنت على الوسائل الصوتية – الراديو وما يلحقه – والصحافة وغيرها من المطبوعات. وباستخدام الوسائط المتعددة التي تستحث المتلقي على المشاركة والتفاعل مع مقدم البرنامج التلفزيوني أو الكاتب الصحفي، ترتقي وسائل الإعلام في أداء مهمتها بصورة غير مسبوقة.

لكننا على الطرف الآخر من ثنائية **المصداقية والتزوير**، نجد أن الواقع الإعلامي قد شهد عمليات تزوير كبرى مارستها وسائل الإعلام على مستوى العالم لتسويق الأفكار والأيديولوجيات خدمة لمصالح سياسية أو اقتصادية، زور فيها التاريخ، وصودرت فيها الحقائق، وخدع فيها الجمهور على اختلاف درجات وعيه. ونظرة شمولية متأنية لما جرى ويجري في وطننا العربي وبلدان العالم النامي يمكن أن تكشف الكثير من الوقائع في هذا السياق.

في واقع إعلامي من هذا النوع، تستتر الحقيقة تحت ركام من المعلومات المتضاربة التي لا يجد الجمهور – حتى الجمهور الواعي – سبيلا لاختبار مصداقيتها، مما يولد لديه شعورا بالحيرة والتبعثر والتوتر الداخلي، لكونه موزعا بين أفكار متناقضة عديدة تفقده القدرة على رؤية الحقائق المهمة التي يبحث عنها بصورتها الصحيحة، وبالتالي تفقده القدرة على اتخاذ القرار أو التصرف القائم على قاعدة من الإيمان والاقتناع. وهو ما يفسر الكثير من أسباب التشتت الفكري والتشرذم المعتقدي والاجتماعي الذي نشهده في المجتمعات النامية التي تعرضت لهزات سياسة وأمنية واقتصادية عنيفة، وتعاني من صراعات محتدمة يفقد فيها

أفرادها تقنهم بالمصادر الإعلامية التي يتعرضون لبثها الغزير على مدار الساعة دون أن يهتدوا إلى حقائق ما يجري حولهم. إن ذلك يفقد الأفراد في مثل هذه المجتمعات الثقة بمصداقية تلك المصادر الإعلامية، بينما يكون المجتمع قد دخل في مرحلة خطيرة من التجزئة التي يمكن أن تلقي بالمجموعات المختلفة إلى مصير مجهول. هنا يصبح المتلقي أمام احتمالات مفتوحة لتزوير التاريخ، وتغييب الوعي، وإعادة تشكيل تصورات المتلقي وقناعاته وسط ضباب كثيف يحجب الرؤية المتفحصة الناقدة.

ولابد من الإشارة هنا إلى أن هناك دراسات عديدة في هذا الإطار تستند إلى جهود بحثية تعود إلى عام 1957 و 1959 وما بعدها قام بها ليون فستنجر **(Leon Festinger) في ما عرف بنظرية التنافر المعرفي** (Cognitive Dissonance)، أي تعرض الجمهور إلى مصادر معلومات متعارضة لا يستطيع معها فهم ما يجري، كي يتخذ قرارا في ضوء ما يقتنع به. وهي حالة سيكولوجية معرفية قلقة تتسبب في توتر الجمهور وشعوره بالضيق والضياع والتبعثر وعدم القدرة على اتخاذ قرارات أو القيام بإجراءات واضحة محددة[1].

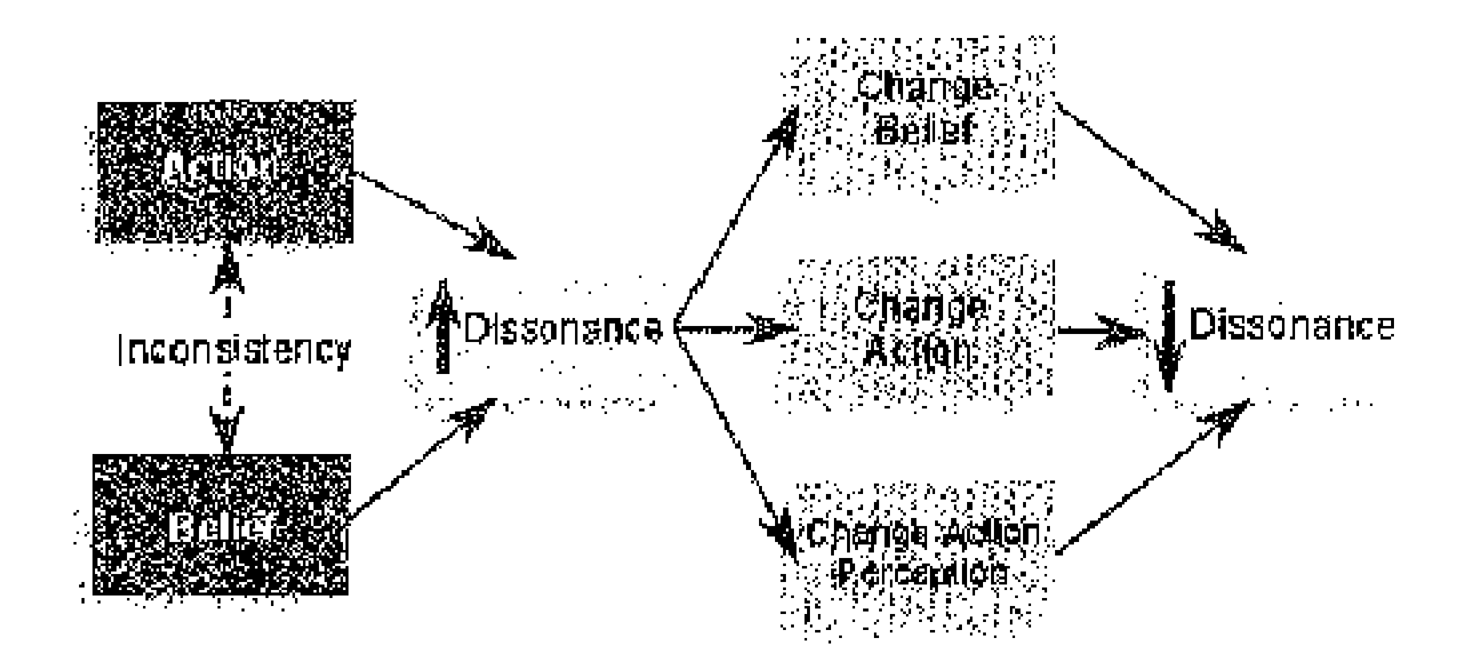
هذه النظرية أصبحت ركنا مهمّا من أركان علم النفس الإجتماعي. وقد ولّدت عددا مهماً من البحوث والنظريات الثانوية التي شرحت لنا الأسس النفسية للتصرّف والإعتقاد، وتشكيل المبادىء، ونتائج القرارات التي يأخذها الإنسان، وآثار الخلاف بين الأفراد، وأصبحت من النظريات المهمّة في علوم الإدارة البشرية، وبخاصة في فهم ديناميكية العلاقات بين المجموعات والأفراد.

---

[1] أنظر المرجعين التاليين:

L. Festinger (1957). ***A Theory of Cognitive Dissonance***. Stanford, CA: Stanford University Press.

L. Festinger (1959). Some Attitudinal Consequences of Forced Decisions. ***Acta Psychologica***, 15, 389-390.



الشكل (12) نظرية التنافر المعرفي

http://z10.invisionfree.com/Ignis_Ardens/index.php?showtopic=11773

إن نظرة فاحصة إلى الجمهور العربي الذي يتابع وسائل الإعلام في ظل التوالد الغزير لمحطات الإذاعة والتلفزيون والصحف والمواقع الإلكترونية ، تكشف عن تعرض المجتمع العربي منذ عدة سنوات وعلى مدار الساعة إلى عدد لا يحصى من الرسائل الإعلامية التي تتباين حد التناقض في مضامينها واتجاهاتها، وتتنافس فيما بينها في ابتداع أساليب مشروعة وغير مشروعة لكسب المتلقين والتأثير في قناعاتهم، على نحو مشابه تماما لما تتحدث عنه نظرية التنافر المعرفي، وهو ما يقود الجمهور – والمجتمع في نهاية المطاف – إلى حالة من عدم الاستقرار في التفكير والتصرف ينتج عنها تحوّل نوعي في التفكير والتصرف قد لا يكون في صالح المجتمع ككل.

نانسي بوشز (Nancy Pochis)، رسامة عالمية قدمت مجموعة من الرسومات التي أنتجتها بواسطة معالجة اللوحة باستخدام برامج الحاسوب للتعبير عن مفاهيم تربوية واجتماعية وفلسفية؛ عبرت عن "نظرية التنافر المعرفي"، وكيفية اهتزاز الرؤية لدى الجمهور المتلقي الذي يتعرض لحالة التنافر المعرفي بحيث لا يستطيع التأكد مما يرى ويسمع، إلى حد أن تختلط لديه المفاهيم والتصورات على النحو الذي يشعر به القارئ الكريم وهو ينظر إلى الصورة التي رسمتها هذه الرسامة في الشكل (13).



الشكل (13) اهتزاز الرؤية نتيجة التنافر المعرفي

http://www.nancypochisbank.com/cognitive-dissonance/

- **الشأن الخاص والشأن العام:**

من المعلوم أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد وضعتنا أمام معادلة اتصالية تتعمق تطبيقاتها بصورة متنامية مع التطور المستمر الحاصل فيها؛ ففي الوقت الذي ألغت وسائل الاتصال المسافة بينها وبين جمهورها على امتداد العالم، وجسرت الهوة التي تفصل بين المجتمعات بحكم قدرات التواصل المبتكرة، فإن تكيّف الصناعات التكنولوجية لرغبات الأفراد واحتياجاتهم قد عمقت ذاتية التلقي وخصوصيته. وهو واقع يسوّر المستخدمين المدمنين داخل بيئاتهم الاجتماعية وداخل ذواتهم، بينما يفتح في الوقت ذاته فرص التأثير المتبادل مع الآخرين في أطراف العالم البعيدة.

هذه الازدواجية الاتصالية التي تبعد القريب وتقرب البعيد، تسببت عبر العقود المنصرمة في عزلة شرائح لا يستهان بها من مجتمعنا العربي، وبخاصة منهم الشباب، في صورة من الاغتراب الداخلي، مقابل انفتاح على العالم ينقصه الكثير من عناصر الحوار الطبيعي والمتكافئ. وهناك دلائل كثيرة على أن الاغتراب الداخلي لهذه الفئات وانشغال أفرادها بذواتهم وشؤونهم الخاصة قد انعكس على تواصلهم مع الآخرين في البيئات البعيدة، بحيث انتقل ما هو خاص من الهموم والاتجاهات إلى ما يتلاءم معها في تلك البيئات.

بمعنى آخر فإن التواصل بين الأفراد عن بعد، قد أسهم في تعميق ذاتية الأفراد، ومنحها بعدا عالميا قوامه التشابه بين الحالات المتحاورة، دون أن يسهم في تيسير التفاهم مع الشعوب الأخرى وتفحص المشتركات بينها باتجاه تقارب أفضل، يمكن أن يفضي بالتراكم وتقادم الأيام إلى اقتراب التصورات من بعضها وحل المشكلات التي تواجهها هذه المجتمعات بصورة تشاركية وتضامنية. هذا اذا استثنينا بعض مجموعات الحوار الثقافية والفكرية والعلمية التي تنشئها بعض المواقع الإلكترونية والتي لا تغطي إلا مساحة ضيقة جدا من اهتمامات المستخدمين العرب لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة. وهنا يضحي الشأن الخاص بخصوصيته بانكشافه على المستوى العام، وينكفئ الشأن العام وينحسر داخل البيئة المحلية.

إن الغالبية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في بلداننا باتت ترتبط بعلاقات شخصية مع أقرانهم ممن يشتركون معهم في الهموم الذاتية والتطلعات في بلدان عديدة أخرى؛ في وقت يفتقدون مثل تلك العلاقات على مستوى المدينة التي يسكنون فيها أو الحي، أو حتى داخل أسرهم. وإذا كانت هناك أسباب عديدة لهذه الظاهرة تشكل ميدانا خصبا للدراسات الاجتماعية والتربوية؛ فإن نموها يفضي بالضرورة إلى تشكل ثقافات فرعية، وبروز نمط من "الخلايا الاجتماعية" البديلة للتواصل الاجتماعي المحلي التي قد لا تتلاءم مع النسيج الاجتماعي والثقافي

المحلي. هنا يتعمق الاغتراب، ويترسخ الانفصام الثقافي والاجتماعي، ويخسر المجتمع فرصا ذهبية لاستثمار تكنولوجيا الاتصال في الاتجاه الصحيح.

وعلى مستوى البرامج الإذاعية والتلفزيونية، فقد اختلط المحلي بالعالمي، ومالت المحطات الفضائية إلى مخاطبة جمهور ينتشر على امتداد العالم على حساب اهتمامات الجمهور المحلي وقضاياه. وينطبق ذلك على مستوى الصحافة الإلكترونية أيضا. ويلاحظ أن هذه الحال هي أكثر بروزا في البلدان النامية ومنها بلداننا العربية بحكم عدم وجود محطات محلية بديلة تكفي على مستوى النوع لتغطية اهتمامات الجمهور المحلي على الرغم من كثرتها، ولأن الكثير من المحطات العربية لا تبث من بلدانها أصلا.

لقد قاد هذا الواقع إلى ترسيخ القيم الوافدة، ودخول المحطات العربية في منافسة غير متكافئة مع المحطات العالمية، وبخاصة منها تلك التي صارت توجه برامجها إلى بلداننا باللغة العربية. وهي منافسة معروفة النتائج، إذا ما قارنا التفاوت الكبير بين المحطات الأجنبية الناطقة بالعربية والقنوات الفضائية العربية من حيث الإمكانات التقنية والخبرات البشرية لدى الطرفين. ويمكن أن نلمس نتائج هذا التنافس في التقليد المباشر في محطاتنا الفضائية للعديد من البرامج الأمريكية والأوروبية، والتي يجري الإنفاق عليها بصورة غير اعتيادية مقابل إهمال واضح للبرامج التي تتصل بمشكلات المجتمع العربي الحقيقية. ومن ذلك تلك البرامج المستنسخة بالكامل تقريبا لاختيار المطربين والراقصين وغيرهم، والتي نجدها على أكثر من قناة عربية.

- العمق والسطحية:

من الواضح أن التكنولوجيا الرقمية قد فتحت آفاقا رحبة للباحثين عن المعلومات من مختلف الأعمار والفئات والاتجاهات، ليس في اتساع ما هو مخزون من هذه المعلومات على صفحات الإنترنت وما يتم تداوله عبر عدد غير محدود

المواقع الإلكترونية فحسب، وإنما جعلت هذه المعلومات متاحة أيضا عبر عدد متنامٍ ومتنوع من وسائل الاتصال.

ويرى كثيرون أن توفر المعلومات على هذا النحو من التنوع والغزارة إنما يسهم في مضاعفة معارف الجمهور وحثه على البحث عن المزيد، وأن الجيل الجديد يتمتع بقدرات عالية من الذكاء والمهارات التي لم تكن متوفرة للأجيال السابقة، وأن مشكلة الجيل الجديد ليست في العثور على المعلومات أو حفظها وتذكرها، إنما في القدرة على مقارنتها وتحليلها واختيارها، وهي عمليات أكثر ارتقاء في سلم التفكير[1].

على الطرف الآخر نجد الكثير من أولياء الأمور والمربين الذين يشكون من أن التكنولوجيا الرقمية قد أودت بحياة الثقافة الحقيقية، وأن اللغة التي يتحدث بها الجيل الجديد هي لغة هابطة وضعيفة التركيب وشحيحة المفردات. بل إن البعض يذهب إلى أن التكنولوجيا الرقمية قد أسهمت في تشكيل وعي يرتكز إلى العوالم الافتراضية، وهو وعي سرعان ما يتبخر على سطح عالم ساخن مليء بالمفاجآت لمن لم يدرب نفسه لمواجهة الحياة بصورتها الواقعية.

وفي حقل التعليم، هنالك من يتحدث عن أن التكنولوجيا الرقمية تنتج جيلا ضعيف الذاكرة، ويفتقر إلى المهارات الأساسية التي كانت تمتلكها الأجيال السابقة مثل الكتابة اليدوية بخط جيد بعد أن استعيض عنها بالنص المطبوع على الحاسوب، وكذلك ضعف الثروة اللغوية ومهارات استخدام العمليات الحسابية الأربع (الجمع والطرح والضرب والقسمة) بعد أن وفر الحاسوب إجابات سريعة ودقيقة للطالب دون عناء. ومثل ذلك ينطبق على مهارات الرسم وتصميم الأعمال اليدوية، التي توفرها الآن برامج محوسبة عالية الدقة والجمالية والسرعة.

---

(1) أنظر: D. Tapscott (2009). Grown Up Digital: **How the Net Generation Is Changing Your World.** New York: McGraw Hill

هذه الشكوى لم تتوقف عند حدود المخاوف المجردة بل فتحت طريقا للبحث العلمي الذي وجد أدلة على أن مجموع هذه المهارات يسهم في تشكيل الدماغ، ويساعد في تفعيل خلاياه ويديم حيويتها على عكس ما تفضي إليه التكنولوجيا الرقمية من كسل الخلايا الدماغية، بسبب الاعتماد المستمر على المعلومة الجاهزة وعدم الحاجة إلى ربطها بما يحيط بها من بنى معرفية، مما يوجد نوعا من التشتت في عملية التلقي، مقابل ما كان سائدا من مستويات التركيز والانتباه قبل هيمنة التكنولوجيا الرقمية[1].

الأسلحة الصامتة:

إن المخاوف من استخدام الإعلام على نحو يضر بالجمهور لا يقتصر على الجوانب التي ذكرناها في صفحاتنا السابقة، فوسائل الإعلام حين تكون في يد القوى المتحكمة في العالم، تصبح أسلحة ناعمة لكنها بالغة الخطورة تهدد بتغييب وعي الجمهور ومصادرة إرادته وتطويعه بما يضمن تحقيق المصالح السياسية والاقتصادية لهذه القوى في السيطرة على الشعوب والتحكم بمستقبلها. وفي هذا كتب المفكر الأمريكي ناعوم تشومسكي مقالا حول وثيقة سرية كشف عنها منتصف الثمانينات بعنوان "أسلحة صامتة لحرب هادئة" يتحدث فيه عن الاستخدام السيء لتكنولوجيا المعلومات والإعلام من قبل القوى الكبرى بغية السيطرة على الجمهور، محددا عشر استراتيجيات في هذا السياق[2] هي:

- **الإلهاء والتسلية:** لإشغال الناس بمسائل لا قيمة حقيقية لها لإبعادهم عن التفكير بقضاياهم الأساسية.

---

(1) أنظر:

N. Carr (2010). **The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains.** London: W.W. Notron and Company.

(2) لمزيد من التفاصيل، أنظر:

http://www.alhiwar.net/ShowNews.php?Tnd=11896#.Ufty_JLWXcw

- **افتعال الأزمات وتقديم الحلول**: لخلق أزمات يصبح الخروج منها مشروطا بقبول التنازل عن حقوقهم الاجتماعية بوصفه شراً لا بد منه.
- **التدرج**: من خلال التطبيق التدريجي على مدى طويل من الزمن لضمان قبول ما لا يمكن قبوله.
- **التأجيل**: لتمرير القرارات التي لا تحظى بالقبول بوصفها قرارات مؤلمة لكنها ضرورية.
- **مخاطبة الجمهور على أنهم لم يصلوا سن البلوغ**: للإيحاء لهم بأنهم كذلك، واستدراج ردود أفعالهم العفوية دون اعتماد قدراتهم الحقيقية في اتخاذ القرار.
- **مخاطبة العاطفة بدل العقل**: لتعطيل الوعي والتفكير وتغليب المخاوف والرغبات.
- **إغراق الجمهور في الجهل**: لإبقاء الجمهور سطحي التفكير والمهارة، غير قادر على التعامل مع منتجات العلم والتكنولوجيا المتطورة.
- **تشجيع الجمهور على استحسان الرداءة**: لتشجيع الجمهور على تقبل التخلف الذي يعاني منه وتقبل كونه مبتذلا وغير متعلم.
- **تحويل مشاعر التمرّد إلى إحساس بالذّنب**: لدفع الجمهور إلى الاعتقاد بأنه هو المسؤول عما يجري له، مما يزيده شعورا بالتعاسة ويؤثر سلبا على نشاطه ورغبته في التغيير.
- **معرفة الأفراد أكثر من معرفتهم لذواتهم**: لإشعارهم بالضآلة والصغر حيال ما تمتلكه النخب الحاكمة من خزين من المعلومات يمكنهم من معرفة ما لا يعرفه الأفراد من أحوالهم، وبالتالي فهي أقدر على اتخاذ القرار الصائب.

التربية الإعلامية:

يتضح مما سبق تناوله في هذا الفصل من الكتاب أن تفحص الواقع الإعلامي، حتى طبقا لأكثر القراءات تفاؤلا، يؤكد أن الإعلام الرقمي يحمل من المخاطر على مجتمعاتنا بقدر ما يحمله أو يعد به من فوائد، وأن هذه المخاطر في نمو جامح يتناسب طرديا مع اتساع الهوة التقنية بين ما صار يعرف بدول الشمال ودول الجنوب، هذه الهوة التي شهدت عبر العقود الأخيرة تدفقا هائلا للمعلومات من دول الشمال التي تنتج التكنولوجيا وتسخرها لمصالحها، إلى دول الجنوب التي لم تزل تعتز بدور المستهلك لهذه التكنولوجيا ولما يمر عبرها من معلومات. وعلى الرغم من الانتشار الذي نشهده في استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في بلداننا، فإن المخاوف من التأثيرات السلبية لتطبيقات هذه التكنولوجيا على مجتمعنا العربي لم تزل في ازدياد، وهي تجد في التراجع الكبير في مستويات الواقع الاقتصادي والأمني، والنكبات المتكررة التي يراقب مشاهدها المواطن العربي كل يوم ما يعزز هذه المخاوف.

لقد انتبهت المؤسسة السياسية العربية في وقت متأخر بعد نكسة حزيران 1967 إلى خطورة الإعلام بوصفه قوة فاعلة في الصراع مع أعداء الأمة العربية، وبدأت الحكومات العربية بالسعي إلى تعزيز قدرات البث الإذاعي والتلفزيوني العربي، والبحث عن فرص لإيصال صوتهم إلى العالم. وتبع ذلك السعي إلى تعزيز وعي المواطن العربي ومهاراته في التعامل مع التكنولوجيا الاتصالية الحديثة لمواجهة مخاطر البث الوافد عبر وسائل الإعلام العالمية.

من هنا برزت الحاجة إلى اعتماد "التربية الإعلامية" في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات. ويمكن رصد العديد من المؤتمرات وورش العمل والدورات التدريبية والفعاليات العلمية التي جرت في هذا الإطار بدعم من المنظمات العربية والدولية المتخصصة كمنظمة اليونسكو والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم وغيرهما بهدف التعريف بآليات عمل الإعلام ووسائله، وكيفية التعامل مع ملايين

الرسائل اليومية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة بما يضمن التخفيف من التأثيرات السلبية على مجتمعاتنا وعلى منظوماتها القيمية[1].

إن الأهمية المتعاظمة لدور وسائل الاتصال والمعلومات في بناء الحياة وتطويرها، والمحافظة على هوية الأمة وقيمها في الوقت نفسه، إنما تستلزم التمسك بمعادلة الأصالة والمعاصرة، بمعنى الاستناد إلى موروث أمتنا القيمي والتاريخي بوصفه دافعا للتفاعل بثقة مع مستجدات العصر في هذا الميدان، من خلال امتلاك المعرفة الكافية بآلياته، واكتساب المهارات التي يتطلبها الاستخدام المتقن لمنتجاته، والانتقال من طور الاستهلاك السلبي لنواتج الإعلام الوافدة إلى القدرة على تحليلها والتفاعل الحقيقي معها بما يعزز قدرات الأمة على النمو والتقدم.

ومن هنا فإن التربية الإعلامية ينبغي أن تأخذ بعدا أكثر اتساعا باتجاه تنظيم الجهود في هذا المجال لإشراك المؤسسات الأكاديمية والاجتماعية، والأسرة بصورة خاصة، في القيام بدورها وفق خطة مدروسة وتحت إشراف متخصصين من القطاعات المختلفة لضمان نجاحها في أداء مهمتها الكبيرة هذه.

---

[1] أنظر:

http://www.aljazeera.net/mob/f6451603-4dff-4ca1-9c10-122741d17432/adac743e-f828-425a-8025-e05424d531e3

أسئلة الفصل السابع

1) أين تضع دور الوسيلة من الأهمية مقارنــة بعناصــر عمليــة الاتصــال الأخرى؟
2) كيف تعرضت المفاهيم الإعلامية التقليدية إلى التراجع في ظل ما فرضــته التكنولوجيا المعاصرة من مفاهيم؟
3) تحدث عن اتجاهات الجمهور في الوقت الحاضر نحــو اســتخدام وســائل الاتصال الحديثة مستعينا بما يتوفر لديك من إحصاءات.
4) استعن بما يتوفر لديك من معلومات إحصائية لبيان كيفية حصول الجمهور في الوقت الحاضر على الأخبار، وأية وسائل يستخدمها في ذلك؟
5) ما الأسباب التي لم تزل تمنع انتشار استخدام الإنترنت في العالم؟
6) ما الظواهر التي تطبع المشهد الإعلامي المعاصر؟
7) قارن بين إمكانات الرقابة وكيفية ممارستها بين الأمس واليوم.
8) ما أثر تكنولوجيا الإعلام والمعلومات على هوية المجتمعات المستهلكة لها؟
9) إلى أي مدى أنت تؤيد مخاوف المسربين مــن اتســاع ظــاهرة تسـرب خصوصيات الجمهور عبر مواقع الإنترنت؟ ولماذا؟
10) ما معنى التنافر المعرفي؟ وإلى ماذا تشير النظرية التي عرفت بهذا الاسم؟
11) كيف ينظر تشومسكي إلى دور وسائل الإعلام والمعلومات حينما تكون في يد النخب التي تحكم العالم؟
12) هل تجد في جهود بعض البلدان في مجال التربية الإعلامية ما يبررهــا؟ وماذا تقترح في ذلك؟

المصادر حسب ورودها في فصول الكتاب

مصادر الفصل الاول:

عبود، حارث (2007). **الحاسوب في التعليم**. عمّان: دار وائل للنشر والتوزيع

http://wwwalmarefa.blogspot.com/2010_04_03_archive.html

http://www.hazemsakeek.com/QandA/cell_phone_2/cell_phone_2.htm

http://flatclassroom10-3b.flatclassroomproject.org/Wireless+Connectivity

http://www.alhikmeh.com

الدليمي، عبد الرزاق (2012). **التحرير الصحفي**. عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

http://www.esyria.sy

الموسى، عصام سليمان (2009). **المدخل في الاتصال الجماهيري**. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع.

http://www.alapn.com/ar/news.php?cat=8&id=5029

http://elraaed.com/ara/culture/21479

http://futurosahara2.blogspot.com/2012/08/blog-post_29.html

http://www.samsung.com/ae_ar/article/everything-3d-guide-explore-the-wonder

http://www.anfasse.org/index.php/2010-12-30-16-03-28/2010-12-30-16-03-43/4661-2012-02-05-00-14-21

مصادر الفصل الثاني:

المنجرة، المهدي (1991). **الحرب الحضارية الأولى**. الدار البيضاء: دار العيون

http://www.alraeed.net/news/preview.php?id=7254

http://www.alalam.ir/news/1432695

http://www.dwayir.com/2012/11/blog-post_3954.html

http://www.masrawysat.com/vb/showthread.php?t=64007

http://academie.france24-mcd-rfi.com/ar/formation_radio_design.php

http://www.th3professional.com/2011/09/301.html

http://arse-ta4.blogspot.com/2012/05/blog-post_2475.html

http://www.almasryalyoum.com/node/1156421

http://www.nickfinck.com/presentations/bbs2005/03.html

رحومة، علي محمد (2008). **علم الاجتماع الآلي**. سلسلة كتب عالم المعرفة. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب

http://abdulqadershihab.blogspot.com/2012/02/blog-post_02.html

مصادر الفصل الثالث:

http://soufaouraktakhafia.blogspot.com/2013/03/blog-post_2957.htm

http://www.annabaa.org/nbanews/2010/02/080.htm

http://www.islammemo.cc/monawaat/2011/03/26/119903.html

http://www.islammemo.cc/monawaat/2011/03/26/119903.html

http://www.mktaba.org/vb/showthread.php?t=329

http://www.alraimedia.com

http://www.forbesmiddleeast.com/view.php?list=44467

http://www.alrai.com/

http://www.addustour.com/

http://alghad.jo/

http://ammonnews.net/

http://www.khaberni.com

http://ammannet.net

http://mulibraries.missouri.edu/specialcollections/primaryonline.htm

http://home.moe.gov.om/arabic/index.moe

http://www.tech-wd.com/wd/2010/02/10/8-blog-platforms

http://www.aljazeera.net/portal

http://www.unesco.org/archives/multimedia

/http://www.ar-ad.com/cms

http://www.skyline.com

http://www.jwahri.net

http://www.lakii.com/groups

http://www.aljawharanews.com

مصادر الفصل الرابع:

http://www.computersciencelab.com/ComputerHistory/HistoryPt4.htm

http://najranedug.gov.sa/aeforum/details.php?p=293&forumname=54&subjno=293

http://www.engazsystems.com/?p=278

www.internetworldstats.com/stats.html

http://maktoob.yahoo.com/?p=us

http://maktoob.news.yahoo.com

http://www.google.iq

http://www.google.iq/intl/ar/ads

http://www.google.com/intl/ar/services

http://news.google.com/?hl=ar

http://www.conversationagent.com/2009/05/your-new-media-equity.html

www.internetworldstats.com/facebook.html

ياسين، صباح (2006). الإعلام. **النسق القيمي وهيمنة القوة**. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

http://www.business2community.com/social-media/social-login-and-social-sharing-trends-across-the-web-0174916

الجامعة الإسلامية العالمية (2013). **توصيات ندوة "الإعلام التربوي.. الواقع والمأمول"** الأردن: عمان.

مصادر الفصل الخامس:

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, 9(5

http://www.itu.int/en/pages/default.aspx

http://en.wikipedia.org/wiki/Transmitter

http://www.tkne.net/vb/t29282.html

http://www.radio-locator.com

http://www.ni.com/white-paper/4750/en

http://www.hardwarezone.com.sg/tech-news-4k-lcd-tvs-likely-hit-mass-market-oled-tvs

http://www.naltqi.com/index/news-action-show-id-9391.htm

http://www.qudsmedia.com/?p=13667

www.bbcarabic.com

www.dubaimedia.ae

www.netflix.com

http://www.rajeshtimane.com/256/academics/next-generation-mobile-networks.html

http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats/a#subscribers

http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats/a#subscribers

http://tech.masrawy.com

http://arabhardware.net/news/mobiles/17997-smartphones-data-tablets.html

http://www.mobilk.net/save-6-6491.html

http://www.ameinfo.com/ar-268813.html

مصادر الفصل السادس:

http://www.arabmediaforum.net/pagesar.aspx?page=72

http://www.tech-wd.com/wd/2012/10/27/internet-archive

الشرمان، عاطف أبو حميد (2013). **تكنولوجيا التعليم المعاصرة وتطوير المنهاج**. عمان: دار وائل للنشر.

http://www.fahad.ac/?p=17

http://www.startimes.com/f.aspx?t=31651154

http://www.alriyadh.com/2006/05/11/article153593.html

http://www.al-jazirah.com/2010/20101104/zt.htm

http://www.youtube.com/watch?v=thOxW19vsTg

http://www.guardian.co.uk/technology/gamesblog/gallery/2009/jul/31/games-playstation

http://vb.almahdyoon.org/showthread.php?t=12448

http://hibarif.com/details-380.html

http://www.vb.eqla3.com/archive/index.php/t-519806.html

http://images.jordan.gov.jo/wps/wcm/connect/gov/$$!!941/$$!!946/$$!!1063/$$!!55#/

http://www.youtube.com/watch?v=z2QDbG9jcR0

مصادر الفصل السابع:

http://msila-infocom.forume.biz/t17-topic

http://barieq.com/services.php

http://www.mobiadnews.com/?p=3064

http://www.comscoredatamine.com/2010/10/mobile-behaviors-across-japan-united-states-and-europe

http://www.comscoredatamine.com/wp-content/uploads/2010/10/mobile-behaviors3.jpg

http://theiblog4media.blogspot.com/2012/03/where-do-you-get-your-news.html

https://www.facebook.com/TelecomEgypt

http://www.ddarabia.com/infograph-منطقة-في-الموبايل-محتوى-استهلاك/الشرق

http://bootcampdigital.com/tag/news-consumption-statistics

http://bootcampdigital.com/tag/news-consumption-statistics

http://www.wrsc.org/category/category/technology/technology-adoption

ياسين، صباح (2010). **الإعلام.. حرية في انهيار**. بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر

http://www.startimes.com/f.aspx?t=31312698

http://www.youtube.com/watch?v=RSBzgveoz5U

http://islahnews.net/74919.html

http://www.alsharq.net.sa/lite-post?id=648750

http://www.almesryoon.com/permalink/68951.html

http://www.aleqt.com/2012/12/19/article_718366.html

http://www.medianews-iq.net/news.php?action=view&id=674

العويمر، وليد عبد الهادي (2011). أثر العولمة على اللغة العربية. **مجلة دراسات**، المجلد 38 العدد 2 عمان: الجامعة الأردنية.

الخوري، نسيم (2005). **الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية**. سلسلة أطروحات الدكتوراه 50، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

http://www.bbc.co.uk/arabic/scienceandtech/2013/06/130621_google_streetview_data.shtml

http://z10.invisionfree.com/Ignis_Ardens/index.php?showtopic=11773

Festinger, L. (1957). A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford, CA: Stanford University Press.

Festinger, L. (1959). Some attitudinal consequences of forced decisions. Acta Psychologica, 15, 389-390

http://www.nancypochisbank.com/cognitive-dissonance

Tapscott, D. (2009). Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. New York: McGraw Hill

http://www.alhiwar.net/ShowNews.php?Tnd=11896#.Ufty_JLWXcw

http://www.aljazeera.net/mob/f6451603-4dff-4ca1-9c10-122741d17432/adac743e-f828-425a-8025-e05424d531e3

قراءات اضافية

Multimedia

1. Ken Bluttman and Lee M. Cottrell, HTML5 Multimedia Developer's Guide, 1st Edition McGraw Hill Education, 2012.
2. Jennifer Coleman Dowling, "Multimedia Demystified", 1st Edition, McGraw Hill Education, 2012.
3. John Keane, "The Musician's Guide to Pro Tools", 2nd Edition, McGraw Hill Education, 2008.
4. Tay Vaughan, "Multimedia Making It Work Eighth Edition", 8th Edition, McGraw Hill Education 2011.

Internet and Mobile

5. Regis "Bud" J. Bates, Donald W. Gregory, "Voice & Data Communications Handbook", 5th Edition, McGraw Hill Education 2007.
6. Vince Casarez, Billy Cripe, Jean Sini, "Philipp Weckerle Reshaping Your Business with Web 2.0: Using New Social Technologies to Lead Business Transformation", 1st Edition, McGraw Hill Education 2009.
7. Bruce Hallberg, "Networking, A Beginner's Guide, Fifth Edition", 5th Edition, McGraw Hill Education 2010.
8. Fred T Hofstetter, "Internet Literacy with Student CD", 4th Edition, McGraw Hill Education 2006.
9. Guy Hart-Davis, "iPad & iPhone Administrator's Guide: Enterprise Deployment Strategies and Security Solutions", 1st Edition, McGraw Hill Education 2011.

10. Clint Smith, "3G Wireless Networks, Second Edition", 2nd Edition, McGraw Hill Education 2007.
11. Wale Soyinka, "Wireless Network Administration A Beginner's Guide", 1st Edition, McGraw Hill Education 2010.

Desktop publishing

12. Marty Matthews, John Cronan, "Adobe Acrobat 7.0 QuickSteps, 1st Edition, McGraw Hill Education 2005.
13. Doug Sahlin, "How to Do Everything with Adobe Acrobat 7.0, 1st Edition, McGraw Hill Education 2005.
14. Susan Sanderson, "Introduction to Help Desk Concepts and Skills", 1st Edition, McGraw Hill Education 2004.

Information Technology

15. Lyn Belisle, "THE CIT CONSORTIUM: SOCIAL LEGAL AND ETHICAL ISSUES, 1st Edition, McGraw Hill Education 2012.
16. James Mihal, "The Science of Technology – E-Commerce (Milwaukee Area Technical College), 1st Edition, McGraw Hill Education 2009.
17. Michael-Brian Ogawa, "THE CIT CONSORTIUM: HTML 5, 1st Edition, McGraw Hill Education 2012.
18. Don Tapscott, "Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World", 1st Edition, McGraw Hill Education 2009.
19. Toby Velte, Velte Systems Inc., Anthony Velte, Velte Systems Inc., Robert C. Elsenpeter, "Green IT: Reduce Your Information System's Environmental Impact While Adding to the Bottom Line", 1st Edition, McGraw Hill Education 2009.

20.Brian Williams, Deakin University, Stacey Sawyer, "Using Information Technology", 10th Edition, McGraw Hill Education 2013.

Management Information Systems

21.Lynda M Applegate, Robert D. Austin, Deborah L Soule, "Corporate Information Strategy and Management: Text and Cases", 8th Edition, McGraw Hill Education 2009.
22.Paige Baltzan, "M: Information Systems", 2nd Edition, McGraw Hill Education 2013.
23.Stephen Haag, Maeve Cummings, "Management Information Systems for the Information Age", 9th Edition, McGraw Hill Education 2013.
24.Daniel Mittleman, "Annual Editions: Technologies, Social Media, and Society 13/14", 19th Edition, McGraw Hill Education 2014.

Electronic media and Social media

25.Alison Alexander, Jarice Hanson, "Taking Sides: Clashing Views in Mass Media and Society", 12th Edition, McGraw Hill Education 2013.
26.Christopher Barger, "The Social Media Strategist: Build a Successful Program from the Inside Out", 1st Edition, McGraw Hill Education 2012.
27.Roger Baron, Jack Z. Sissors, "Advertising Media Planning", 7th Edition, McGraw Hill Education 2010.
28.Graeme Burton, "Media Production", 1st Edition, McGraw Hill Education 2010.

29.Glen Creeber, Royston Martin, "Digital Culture: Understanding New Media", 1st Edition, McGraw Hill Education 2007.

30.Lynne Schafer Gross, "Electronic Media: An Introduction, 10th Edition, McGraw Hill Education 2010.

31.Joost Van Loon, Media Technology: Critical Perspectives, 1st Edition, McGraw Hill Education 2007.

32.Heather Mansfield, "Social Media for Social Good: A How-to Guide for Nonprofits", 1st Edition, McGraw Hill Education 2012.

33.Paul Marsden, Paul Chaney, "The Social Commerce Handbook: 20 Secrets for Turning Social Media into Social Sales", 1st Edition, McGraw Hill Education 2012.

34.Marshall Sponder, "Social Media Analytics: Effective Tools for Building, Interpreting, and Using Metrics, 1st Edition, McGraw Hill Education 2011.

35.Jim Surmanek, "Advertising Media A-to-Z", 1st Edition, McGraw Hill Education 2007.

36.C. A. Tuggle, Forrest Carr, Suzanne Huffman, "Broadcast News Handbook: Writing, Reporting, and Producing in the Age of Social Media", 5th Edition, McGraw Hill Education 2014.

Radio and Television

37.Matt Briggs, "Television, Globalization and Cultural Identities, 1st Edition, McGraw Hill Education 2009.

38.Glen Creeber, Royston Martin, "Digital Leader: 5 Simple Keys to Success and Influence, 1st Edition, McGraw Hill Education 2008.

39. Donald W. Connelly, "Online Learning Center t/a Digital Radio Production", 1st Edition, McGraw Hill Education 2005.
40. Michael K. Hughes, "Digital Filmmaking for Beginners A Practical Guide to Video Production", 1st Edition, McGraw Hill Education 2012.
41. Paul E. Illman, Gene Gailey, "Pilot's Radio Communications Handbook Sixth Edition", 6th Edition, McGraw Hill Education 2012.
42. Brian McKernan, "Digital Cinema: The Revolution in Cinematography, Post-Production, and Distribution", 1st Edition, McGraw Hill Education 2005.
43. Ken C. Pohlmann, "Principles of Digital Audio, Sixth Edition", 6th Edition, McGraw Hill Education 2011.

محطات في حياة المؤلف أ. د. حارث عبود

- حاصل على الدكتوراه في الاتصال وتكنولوجيا التعليم من جامعة ويلز/ بريطانيا 1983.
- مدير الإعلام التربوي في وزارة التربية العراقية.
- خبير الإعلام في منظمة اليونيسيف/ بغداد.
- أشرف على أكثر من مجلة علمية وإعلامية متخصصة.
- مدير الإذاعة العراقية.
- رئيس قسم الفنون السمعية والمرئية/ كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد.
- عميد كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد.
- أستاذ الاتصال وتكنولوجيا التعليم في عدة جامعات عراقية وعربية وعلى الإنترنت.
- أعد وقدم عشرات البرامج الإذاعية والتلفزيونية والأفلام الوثائقية لمحطات عراقية وعربية.
- كتب عموداً ثابتاً لعدة سنوات في الصحافة العراقية.
- نشر العديد من الكتب والأبحاث في حقل الإعلام وتكنولوجيا التعليم.
- حاصل على جائزة الدولة الأولى في العراق مرتين؛ كأفضل مقدم برامج تلفزيونية، وأفضل كاتب سيناريو للبرامج الوثائقية.
- عضو نقابة الصحفيين ونقابة الفنانين العراقيين، ورابطة الكتاب في الأردن، واتحاد المعلمين العرب.

محطات في حياة المؤلف أ.د. مزهر شعبان العاني

- رئيس قسم في المعهد الفني في الانبار – هيئة التعليم التقني – العراق
- معاون عميد في المعهد الفني في الانبار – هيئة التعليم التقني – العراق
- رئيس قسم هندسة الحاسبات والبرمجيات – الجامعة المستنصرية – العراق
- عميد كلية الحاسبات ونظم المعلومات – الجامعة التكنولوجية – العراق
- عضو مجلس الجامعة التكنولوجية – العراق
- عضو مجلس جامعة عمان العربية – الاردن
- عضو هيئة تدريسية بدرجة استاذ في العديد من الجامعات العراقية والعربية
- عضو هيئة التحرير والهيئة الاستشارية في العديد من المجلات العلمية العربية والعالمية.
- عضو اللجان العلمية والتحضيرية للعديد من المؤتمرات العلمية العربية والعالمية.
- عضو جمعية الحاسبات، نقابة المهندسين، جمعية المهندسين – العراق.
- عضو اللجنة الاستشارية للحاسبات العراقية – وزارة التعليم العالي – العراق.
- عضو مجلس ادارة مركز الحاسبة – الجامعة المستنصرية – العراق.
- عضو مجلس ادارة الهيئة العراقية للحاسبات العراقية – العراق.
- رئيس مجلس ادارة مركز الحاسبة – الجامعة التكنولوجية – العراق.
- نشر خمسة وثمانين بحثا في المجلات والمؤتمرات العلمية العربية والعالمية.
- نشر تسعة كتب علمية في مجال تخصصه.
- اشرف على اكثر من 50 دراسة ماجستير ودكتوراه.
- شارك في مناقشة اكثر من 50 دراسة ماجستير ودكتوراه.
- شارك في تنفيذ عدد من المشاريع العلمية والبحثية في مجال تخصصه.

الإعلام والهجرة
الى العصر الرقمي





الأردن-عمان

هاتف: 5231081 فاكس: 96265235594+

ص.ب:366 عمان 11941 الأردن

E-mail:dar_alhamed@hotmail.com

E-mail:Daralhamed@yahoo.com